

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до організації самостійної роботи студентів
та завдання до виконання контрольної роботи
з дисципліни

**«КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА
ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ»**

(для студентів заочної форми навчання
освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавр,
напряму підготовки 6.030504 – Економіка підприємства
(051 – Економіка))

Методичні вказівки до організації самостійної роботи студентів та завдання до виконання контрольної роботи з дисципліни «Корпоративна соціальна відповідальність» (для студентів заочної форми навчання, освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавр, напряму підготовки 6.030504 – Економіка підприємства (051 – Економіка)) / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова ; уклад.: А. В. Ковалевська – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. – 56 с.

Укладач А. В. Ковалевська

Рецензенти: Н. Л. Кусік, кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит» Одеського національного університету імені І. І. Мечнікова;
Н. І. Склярчук, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри «Економіка підприємств міського господарства» Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова

Рекомендовано кафедрою економіки підприємств міського господарства, протокол № 1 від «30» 08 2017 р.

ЗМІСТ

Вступ	4
1 Розгорнутий зміст дисципліни та завдання до самостійного опрацювання	8
ЗМ 1.1 Соціальна відповідальність як суспільно-економічний феномен	8
Тема 1 Поняття «корпорації» та її загальна характеристика. Концепція стійкого розвитку і корпоративна соціальна відповідальність	8
Тема 2 Становлення і розвиток концепції корпоративної соціальної відповідальності	12
Тема 3 Концепція зацікавлених сторін як альтернативна тема ...	15
Тема 4 Моделі соціальної відповідальності	20
Тема 5 Стандарти корпоративної соціальної відповідальності та рейтинги соціально-відповідальних компаній	23
ЗМ 1.2 Управління підприємством на засадах корпоративної соціальної відповідальності	26
Тема 6 Корпоративна соціальна відповідальність в системі стратегічного управління підприємством	26
Тема 7 Соціальні програми та проекти	29
Тема 8 Нефінансова звітність підприємства	33
Тема 9 Соціальні інвестиції	36
Тема 10 Оцінка ефективності соціально відповідальної діяльності підприємства	39
2 Завдання та рекомендації до виконання контрольної роботи	43
3 Критерії оцінювання знань студентів та контрольної роботи	50
4 Питання для підготовки до заліку з дисципліни «Корпоративна соціальна відповідальність»	53
Список рекомендованих джерел	55

ВСТУП

Проблеми соціальної відповідальності підприємництва сьогодні є актуальними і затребуваними не лише в Україні. Ці питання обговорюється і в країнах з розвиненою економікою, і в країнах перехідного періоду. Обговорення цієї проблематики ініційовано в 1999 році Організацією Об'єднаних Націй на різних міжнародних зустрічах з економічних питань на вищому рівні, включаючи щорічні заходи в рамках Давоського форуму.

Соціальна відповідальність підприємництва та здійснення компаніями соціальних програм – не просто національне явище, а факт міжнародного масштабу. Останні десятиліття трансформацій в нашій державі співпали з активізацією діяльності великого числа міжнародних організацій, спрямованої на розробку сучасних принципів і механізмів соціально відповідальної поведінки бізнесу.

Соціальна відповідальність підприємництва має безліч інших назв: корпоративна соціальна відповідальність, облік корпоративної етики, корпоративна громадянська позиція, сталий розвиток та управління, потрібний критерій і відповідальний бізнес тощо.

Тема корпоративної соціальної відповідальності (далі - КСВ) зараз є однією з найбільш обговорюваних в діловому світі. Це пов'язано з помітним зростанням ролі бізнесу в забезпеченні розвитку суспільства, а також підвищенням вимог до відкритості у діловій сфері. Багато компаній чітко усвідомили, що успішно вести бізнес, функціонуючи в ізольованому просторі, неможливо. Тому інтеграція принципу корпоративної соціальної відповідальності у стратегію розвитку бізнесу стає характерною рисою провідних вітчизняних компаній.

Мета і завдання дисципліни:

- ознайомити студентів із загальними закономірностями виникнення та розвитку корпоративної соціальної відповідальності в міжнародному середовищі, показати значення становлення КСВ в національній системі соціально-економічних відносин у сфері підприємництва;
- сформувані у студентів розуміння основних проблем та перспектив розвитку системи КСВ в Україні, пов'язаних з потенціалом взаємовигідного співробітництва між владою, бізнесом та суспільством для вирішення гострих соціальних питань, пошуку нових форм державно-приватного партнерства з метою економічного, соціального та екологічного розвитку нашої держави;
- сприяти розвитку у студентів здатності самостійно формулювати думку щодо соціальної відповідальності компаній і базових навичок управління соціальними програмами компаній.

Предметом вивчення дисципліни «Корпоративна соціальна відповідальність» є загальні поняття КСВ (основні поняття і підходи до

формування принципів КСВ, аналіз сформованих концепцій КСВ), процеси становлення та розвитку системи КСВ в Україні (системний підхід до КСВ, взаємозв'язок КСВ з корпоративним управлінням, використання компаніями соціальної звітності), проблеми та перспективи розвитку системи КСВ в Україні, питання теорії і практики складання рейтингу соціально відповідальних компаній в Україні, проблеми управління соціальними програмами компаній.

У результаті вивчення дисципліни студенти мають:

знати:

- предмет дисципліни «Корпоративна соціальна відповідальність»;
- загальні поняття та підходи до формування принципів корпоративної соціальної відповідальності;
- еволюцію уявлень про феномен КСВ, особливо наявну сучасну різницю моделей соціально відповідальної діяльності у різних країнах;
- про роль численних стейкхолдерів та економічних агентів у формуванні соціально відповідальної економіки;
- основні правила складання соціальної (нефінансової) звітності;
- положення щодо складання рейтингу соціально відповідальних компаній, який використовується в Україні;
- питання управління соціальними програмами компаній.

вміти:

- проводити відповідні маркетингові та соціологічні дослідження з метою визначення ключових інтересів груп стейкхолдерів і побудови стратегії взаємодії з ними;
- правильно застосовувати принципи корпоративної соціальної відповідальності у практичній діяльності;
- сприяти впровадженню системи корпоративної соціальної відповідальності в практику національного підприємництва;
- використовувати в діяльності компаній інструменти управління соціальними програмами, які сприяють ефективній розробці та реалізації принципів корпоративної соціальної відповідальності;
- обґрунтовувати найбільш сприятливі напрямки здійснення соціально відповідальної діяльності підприємства на основі проведення оцінки їх ефективності.

мати компетентності:

- когнітивні, які перераховані у ключових проблемах, що має знати студент після вивчення дисципліни;
- операційні, які перераховані у ключових проблемах, що має вміти студент після вивчення дисципліни;
- особистісні, а саме: розумність та етичність особистих цінностей; нестандартність (креативність) мислення; здатність робити цілеспрямований

вплив на оточуючих, формувати та розвивати робочі групи; здатність попереджати та врегульовувати конфлікти; винахідливість та схильність до інновацій; готовність брати на себе відповідальність.

Вибіркова дисципліна (варіативна компонента) циклу професійної підготовки «Корпоративна соціальна відповідальність» вивчається студентами п'ятого курсу заочної форми навчання центру післядипломної освіти та заочного навчання Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова у дев'ятому семестрі. Планом навчального процесу для вивчення курсу цієї дисципліни відведено 2,5 кредити (загальний обсяг – 90 годин). З них на лекції передбачено – 8 годин, на практичні та семінарські заняття – 4 години, на самостійну роботу – 78 годин. Формою контролю є залік. Дисципліна вивчається із застосуванням кредитно-модульної системи (КМС) і складається з двох змістових модулів. Перший змістовий модуль складають теми 1–5, другий змістовний модуль – теми 6–10.

До заліку допускаються студенти, що відпрацювали всі пропущені заняття, виправили незадовільні оцінки, отримані на семінарських та практичних заняттях, набрали мінімальну кількість балів і успішно здали змістовні модулі.

Вивчення дисципліни відбувається шляхом розкриття сутності тем на лекціях, закріплення теоретичного матеріалу на практичних заняттях та під час самостійної роботи студента.

Теоретична та змістова частина дисципліни визначається складом навчальної програми. На практичних заняттях закріплюється в ході розв'язання різних проблем, задач та обговорення. Більш повному засвоєнню матеріалу сприяє самостійна робота студентів з вивчення окремих розділів дисципліни та підготовки до практичних занять, яка є невід'ємною частиною навчального процесу і основою пізнавальної діяльності студента.

Мета даних методичних вказівок – конкретизація самостійної роботи студентів для всебічного підвищення рівня знань з курсу «Корпоративна соціальна відповідальність», раціоналізації процесів підготовки, виконання і захисту самостійної контрольної роботи, єдності навчальної та науково-дослідної роботи.

Методичним забезпеченням дисципліни є навчальна програма, рекомендовані підручники, інформаційні джерела.

У даних методичних вказівках наведено розгорнутий зміст основних тем лекцій, питання і завдання, вирішення яких допоможе студентам досконально вивчити та опрацювати основні теми курсу.

Для виконання завдань необхідно завести окремий зошит, при необхідності записати тези відповідей на питання для самоконтролю, на тестові завдання. Розв'язання завдань має бути чітким, повним, обов'язкова присутність посилання на джерела інформації; має бути особисте тлумачення

проблеми.

Контрольна робота – ефективна форма вивчення курсу «Корпоративна соціальна відповідальність» за умови, що вона виконана творчо, самостійно на основі глибокого вивчення учбово-методичної та сучасної економічної літератури, узагальнення та використання різноманітних джерел інформації.

Головна мета контрольної роботи – засвоєння основних теоретичних положень дисципліни, уміння застосовувати теоретичні знання під час вирішення практичних питань.

Контрольна робота є обов’язковим видом навчання – самостійної роботи, без виконання якої студент не може бути допущеним до заліку.

Виконання контрольної роботи дозволяє студентові всебічно та більш поглиблено вивчити курс «Корпоративна соціальна відповідальність», придбати навички роботи з навчальною літературою та нормативно-законодавчими документами, правильно аргументувати і грамотно викладати вивчений матеріал.

Контрольна робота є засобом керівництва, контролю та надання індивідуальної допомоги студентам у самостійній роботі над навчальним матеріалом.

Контрольна робота виконується у загальному зошиті, сторінки якого нумеруються, залишаючи поля для нотаток викладача. Робота виконується акуратно, грамотно, чітким почерком через рядок без скорочення слів. Також контрольна робота може бути виконана із застосуванням ПЕОМ і оформлена згідно існуючих вимог, до написання робіт студентами (ДСТУ 3008.95).

Контрольна робота включає теоретичну і практичну частини. У теоретичній частині студент повинен дати відповідь на одне запитання. Відповідь повинна бути конкретною і одночасно охоплювати сутність поставлених питань. До практичної частини належить дві практичних вправи. Розв’язання задачі обов’язково супроводжується докладними розрахунками і поясненнями, розкриваючи економічний зміст кожної дії.

1 РОЗГОРНУТИЙ ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ ТА ЗАВДАННЯ ДО САМОСТІЙНОГО ОПРАЦЮВАННЯ

ЗМ 1.1 Соціальна відповідальність як суспільно-економічний феномен

Тема 1 Поняття «корпорації» та її загальна характеристика. Концепція стійкого розвитку і корпоративна соціальна відповідальність

1. Визначення корпорації. Основні риси корпорації. Розбіжності у визначенні сутності корпорації в різних країнах.
2. Концепція стійкого розвитку, як результат об'єднання економічного, соціального та екологічного напрямку діяльності підприємства.
3. Відповідальність бізнесу та підходи до її визначення.
4. Типи корпоративної соціальної відповідальності та принципи соціально відповідальної діяльності підприємства.

Ключові питання теми. Сутність корпорації та її основні риси. Передумови, що зумовили корпорації до використання концепції стійкого розвитку. Складові концепції стійкого розвитку. Взаємозв'язок стійкого розвитку та соціальної відповідальності. Визначення відповідальності та її види. Типи та принципи соціально відповідальної діяльності підприємств.

Запитання для самоконтролю.

1. Дайте характеристику корпорації як ринкового соціального інституту.
2. Назвіть основні підходи до визначення сутності терміну «корпорація» та перерахуйте основні принципи управління корпорацією.
3. Визначте основні відмінності у визначенні терміну «корпорація» у законодавстві різних країн.
4. Дайте розгорнуту відповідь стосовно поняття «соціально відповідальна корпорація».
5. Перерахуйте передумови виникнення концепції стійкого розвитку.
6. Характеризуйте основні складові концепції стійкого розвитку.
7. Взаємозв'язок стійкого розвитку та соціальної відповідальності компанії.
8. Різновиди відповідальності бізнесу та їх відмінності.
9. Типи соціальної відповідальності за А. Керролом (піраміда Керролла).
10. Дайте характеристику рівнів КСВ.
11. Перерахуйте основні принципи соціально відповідального підприємства і надайте їм розгорнутого змісту.

12. На основі опрацювання літературних джерел назвіть основні переваги та недоліки, які може отримати корпорація, держава, місцеве суспільство від реалізації підприємствами соціально відповідальної діяльності.

Тестові запитання для самопідготовки.

1. Оберіть підхід згідно якого під корпорацією розуміють самостійну юридичну особу із частковою власністю учасників де функції управління знаходяться в руках професійних менеджерів:

- а) як акціонерне товариство;
- б) як система зв'язків між учасниками;
- в) як господарське товариство;
- г) як штучне утворення.

2. Оберіть підхід згідно якого під корпорацією розуміють добровільне об'єднання учасників на основі укладених контрактів, положень діючих статутів, які дотримуються правил поведінки:

- а) як акціонерне товариство;
- б) як система зв'язків між учасниками;
- в) як господарське товариство;
- г) як штучне утворення.

3. Яке з наведених визначень характеризує корпорацію як синонім юридичної особи:

а) форма спільного ведення бізнесу, при якій утворюється юридична особа, відмінна від своїх засновників;

б) сукупність юридичних осіб, що не володіє статусом юридичної особи та має свої інтереси;

в) об'єднання юридичних і фізичних осіб разом в якому учасники входять на засадах членства і мають право обмеженої відповідальності;

г) організаційна структура, що формується на добровільній основі, на укладених контрактах, обмеженнях і мовчазному дотриманні правил поведінки.

4. Яка з наведених ознак (характеристик) не відповідає сутності корпорації:

а) відокремлення власності від управління;

б) наявність однакового ступеню операційної самостійності віх учасників;

в) здатність укладати договори;

г) здатність володіти і передавати власність.

5. Яка складова не входить до концепції стійкого розвитку:

а) екологічна;

б) політична;

в) соціальна;

г) економічна.

6. Яка складова концепції стійкого розвитку орієнтована на людину і на збереження культурних систем, зниження кількості деструктивних конфліктів:

- а) соціальна;
- б) політична;
- в) екологічна;
- г) економічна.

7. Яка складова концепції стійкого розвитку має забезпечувати цілісність фізичних та біологічних систем, здатність системи до самовідтворення:

- а) соціальна;
- б) політична;
- в) екологічна;
- г) економічна.

8. Яка з наведених ознак (характеристик) не відображує сутність стійкого (сталого) розвитку:

- а) незворотність змін, які відбуваються в системі;
- б) одна з властивостей соціально-економічної системи – самоорганізація;
- в) система обов'язково реагує лише на зовнішні зміни та фактори;
- г) система набуває рівноважного стану і гармонійності.

9. Назвіть основну відмінність (рису), яка притаманна концепції стійкого розвитку на відміну від концепції економічного зростання:

- а) економічне зростання призводить до соціального зростання;
- б) економічне зростання має забезпечувати майбутнє;
- в) економічне зростання має призводити до задоволення потреб всіх людей;
- г) економічне зростання має враховувати можливу екологічну небезпеку.

10. Який підхід до визначення відповідальності бізнесу передбачає достатність виконання корпорацією законодавчих норм щодо сплати податків, заробітної плати та виконання норм:

- а) юридична відповідальність;
- б) економічна відповідальність;
- в) професійна відповідальність;
- г) морально-етична відповідальність.

11. Який підхід до визначення відповідальності бізнесу передбачає виконання корпорацією соціальних проектів з метою отримання більших прибутків:

- а) юридична відповідальність;
- б) економічна відповідальність;
- в) професійна відповідальність;
- г) морально-етична відповідальність.

12. Який критерій оцінює наміри і поведінку суб'єкта в разі реалізації соціально відповідальної діяльності:

- а) прибуток;
- б) соціальний ефект;
- в) екологічно-економічно-соціальний ефект;
- г) соціальна норма.

13. Який тип відповідальності за підходом А. Керролла вимагає від підприємства вести діяльність відповідно до діючих законів, що відповідає очікуванням суспільства:

- а) економічний;
- б) правовий;
- в) етичний;
- г) дискреційний.

14. Який тип відповідальності за підходом А. Керролла збуджує підприємство до дій, які спрямовані на підтримку та розвиток благополуччя суспільства:

- а) економічний;
- б) правовий;
- в) етичний;
- г) дискреційний.

15. Який тип відповідальності за підходом А. Керролла вимагає від ділової практики відповідності очікуванням суспільства, що засновані на існуючих нормах моралі:

- а) економічний;
- б) правовий;
- в) етичний;
- г) дискреційний.

16. Яка з наведених характеристик не відповідає сутності соціально відповідальної корпорації:

- а) вона має вирішувати проблеми суспільства;
- б) вона має добровільно здійснювати благочинну діяльність;
- в) вона має відчувати вплив на підвищенні фінансових показників;
- г) вона має діяти понад встановлених законодавчих норм.

17. Яке з наведених формулювань в найбільшому ступені відповідає сутності базового рівня КСВ:

- а) покращення рівня праці і життя робітників підприємства;
- б) дотримання діючих правових норм і забезпечення максимізації прибутку;
- в) реагування на очікування всіх зацікавлених сторін;
- г) здійснення добровільної благодійної діяльності.

18. Яке з наведених формулювань в найбільшому ступені відповідає сутності високого рівня КСВ:

- а) покращення рівня праці і життя робітників підприємства, забезпечення розвитку соціальної сфери;
- б) ефективне використання ресурсів і забезпечення максимізації прибутку;
- в) реагування на очікування всіх зацікавлених сторін;
- г) збереження добробуту і забезпечення майбутнього розвитку.

Тема 2 Становлення і розвиток концепції корпоративної соціальної відповідальності

1. Історичні передумови зародження концепції корпоративної соціальної відповідальності
2. Процес еволюції концепції корпоративної соціальної відповідальності
3. Глобальний договір ООН та базові принципи соціально відповідальних компаній

Ключові питання теми. Економічні засади соціальної відповідальності бізнесу. Перші філантропи – Е. Карнегі, Дж. Рокфелер, Х. Боуен, Р. Оуен та їх благочинна діяльність. Еволюція концепції корпоративної соціальної відповідальності. Теорії «корпоративного егоїзму», «корпоративного альтруїзму», «розумного егоїзму». Інтегрований підхід до корпоративної соціальної відповідальності. Глобальний договір ООН та базові принципи соціально відповідальних компаній.

Запитання для самоконтролю.

1. Охарактеризуйте основні причини того, що власники корпорацій почали опікуватися соціальними питаннями.
2. Назвіть перших найбільш відомих філантропів та благодійників та дайте характеристику їх діяльності.
3. Дайте коротку характеристику сутності концепцій «соціального дарвінізму» та «служіння».
4. В чому сутність концепції «корпоративного егоїзму».
5. В чому сутність концепції «корпоративного альтруїзму».
6. В чому сутність концепції «розумного егоїзму».
7. Зробіть критичний порівняльний аналіз основних концепцій корпоративної соціальної відповідальності.
8. Назвіть основні найбільш суттєві риси основних сучасних концепцій корпоративної соціальної відповідальності.
9. Дайте розгорнуту характеристику основного документу ООН – Глобального договору.
10. Перерахуйте основні принципи соціально відповідальної діяльності корпорації, що є основою Глобального договору.

Тестові запитання для самопідготовки.

1. Хто з відомих філантропів запропонував теорію згідно якої прибуткові організації повинні жертвувати частину своїх коштів на благо суспільства:

- а) А. Сміт;
- б) Дж. Рокфеллер;
- в) Е. Карнегі;
- г) Г. Форд.

2. Які найбільш притаманні дії та риси відповідали початку формування концепції КСВ:

- а) власники підприємств брали на себе відповідальність за своїх працівників;
- б) популяризація власного імені шляхом безкорисливої матеріальної та фінансової підтримки;
- в) підприємці зобов'язувалися виконувати закони, які регламентують економічну діяльність;
- г) підприємці реалізовували соціально значущі проекти спільно з суспільством і державою.

3. Хто з відомих філантропів приймав участь у фінансуванні будівництва штаб-квартири ООН:

- а) А. Сміт;
- б) Дж. Рокфеллер;
- в) Е. Карнегі;
- г) Г. Форд.

4. Яка з концепцій КСВ визначає, що бізнес не лише має піклуватися про зростання прибутків, а й вирішувати соціальні проблеми, збільшувати якість життя:

- а) теорія «корпоративного егоїзму»;
- б) теорія «корпоративного альтруїзму»;
- в) теорія «розумного егоїзму»;
- г) інтегрований підхід до КСВ.

5. Яка з концепцій КСВ визначає, що бізнес скорочує поточні прибутки, але у тривалій перспективі забезпечує собі «ефект публічності»:

- а) теорія «корпоративного егоїзму»;
- б) теорія «корпоративного альтруїзму»;
- в) теорія «розумного егоїзму»;
- г) інтегрований підхід до КСВ.

6. Яка з концепцій КСВ визначає, що бізнес зменшує суперечності між інтересами різних стейкхолдерів за рахунок використання різноманітних методів та інструментів:

- а) теорія «корпоративного егоїзму»;
- б) теорія «корпоративного альтруїзму»;

- в) теорія «розумного егоїзму»;
- г) інтегрований підхід до КСВ.

7. Яка з концепцій КСВ виходить з того, що благодійні програми сприяють зниженню податків на законних підставах і надають доброго ефекту публічності корпорації:

- а) теорія «корпоративного егоїзму»;
- б) теорія «корпоративного альтруїзму»;
- в) теорія «розумного егоїзму»;
- г) інтегрований підхід до КСВ.

8. Оберіть вислів, який в більшому ступені відповідає сутності концепції «корпоративного альтруїзму»:

- а) соціальна відповідальність є результатом сумісних дій менеджерів, персоналу, постачальників, споживачів, представників громадськості;
- б) соціальна відповідальність є відповідальність корпорації за здійснення господарської діяльності в рамках чинного законодавства;
- в) соціальна активність корпорації має бути безпосередньо пов'язана із основним напрямком діяльності;
- г) соціальна відповідальність є інструментом забезпечення економічних і фінансових інтересів власників і отримання компанією високого прибутку.

9. Оберіть вислів, який в більшому ступені відповідає сутності концепції «розумного егоїзму»:

- а) соціальна відповідальність є виконанням соціальних зобов'язань, які держава пред'являє до бізнесу;
- б) соціальна відповідальність є виконанням соціальних зобов'язань і участю у благодійності та соціальних проектах сумісно із суспільством;
- в) соціальна відповідальність є добровільними зобов'язаннями компанії досягати довгострокових цілей, корисних для суспільства, що перевищують законодавчі та економічні вимоги;
- г) соціальна активність корпорації має бути безпосередньо пов'язана із основним напрямком діяльності.

10. Який період становлення КСВ характеризувався наданням допомоги в натуральній та грошовій формі на основі особистого пріоритету керівника:

- а) кінець XIX ст.;
- б) 60–70-ті рр. XX ст.;
- в) 70–80-ті рр. XX ст.;
- г) початок XXI ст.

11. Які події стали каталізатором виникнення так званої стратегічної філантропії:

- а) промислова революція XIX ст.;
- б) економічна криза 20–30-х рр. XX ст.;

в) прийняття в 1950-х роках рішення Верховного Суду США, що скасувало юридичні обмеження і неписані норми;

г) ситуація з витоком нафти в компанії Exxon Valdez.

12. Що є основою Глобального договору:

а) обов'язковість здійснення соціально відповідальної діяльності за всіма можливими напрямками;

б) оцінка діяльності кожної компанії, яка поставила підпис під Глобальним договором;

в) наявність громадянської відповідальності, прозорості та певної зацікавленості компаній;

г) підвищена увага бізнесу до діалогу і партнерства з громадськими організаціями.

13. Яке головне завдання Глобального договору:

а) збільшити кількість учасників;

б) включити принципи та методи соціальної відповідальності бізнесу в стратегію корпоративного управління;

в) поширити світовий стандарт корпоративної соціальної поведінки;

г) розробити уніфікований стандарт управління корпорацією.

Тема 3 Концепція зацікавлених сторін як альтернативна тема

1. Концепція «стейкхолдерів». Класифікація стейкхолдерів та їхні інтереси

2. Побудова моделі діалогу із стейкхолдерами

3. Моделі виявлення та ідентифікації стейкхолдерів

4. Процес управління взаємовідносинами зі стейкхолдерами

Ключові питання теми. Позиції щодо природи взаємовідносин бізнесу та суспільства: позиція власника, позиція зацікавлених сторін. Соціальний контракт. Розуміння стейкхолдерів та їх інтересів і мотивів. Інструменти аналізу стейкхолдерів – модель Менделоу, модель Мітчела, Матриця «влада/динамізм», матриця «сила-інтерес-положення», матриця «бажання впливати – можливість впливу» та ін. Аналіз та управління стейкхолдерами. Стратегії щодо груп стейкхолдерів.

Запитання для самоконтролю.

1. Дайте розгорнуту характеристику концепції стейкхолдерів і назвіть її основні відмінності від концепцій корпоративного егоїзму, корпоративного альтруїзму, розумного егоїзму.

2. Проведіть критичний порівняльний аналіз двох основних позицій природи взаємовідносин бізнесу та суспільства.

3. Назвіть основні ознаки класифікації стейкхолдерів підприємства.

4. Дайте повну характеристику наступних груп стейкхолдерів (за всіма можливими ознаками): (1) персонал; (2) власники; (3) споживачі; (4) інвестори; (5) засоби масової інформації.

5. На які результати слід очікувати підприємству від організації діалогу зі стейкхолдерами.

6. Дайте характеристику основних видів діалогу зі стейкхолдерами.

7. Назвіть основні моделі виявлення та ідентифікації стейкхолдерів, зробіть їх порівняльний аналіз.

8. Проведіть ідентифікацію стейкхолдерів за моделлю Мітчелла для: (1) малого роздрібного магазину побутової хімії; (2) салону перукарських послуг; (3) середнього за розміром підприємства-виробника металевих дверей та конструкцій.

9. Розробіть перелік конкретних дій для підприємства, що обрало стратегію залучення стейкхолдерів у забезпечення розвитку своєї діяльності.

10. Розробіть перелік конкретних дій для підприємства, що обрало оборонну стратегію відносно стейкхолдерів в процесі своєї діяльності.

11. Дайте характеристику основних етапів процесу управління взаємовідносинами зі стейкхолдерами.

12. Проведіть критичний порівняльний аналіз стратегії контролю ресурсів та стратегії використання ресурсів.

13. Проведіть критичний порівняльний аналіз прямих та опосередкованих стратегій стейкхолдерів підприємства.

Тестові запитання для самопідготовки.

1. Найбільшим прихильником «позиції власника» відносно взаємовідносин компанії та суспільства є:

- а) Е. Фрімен;
- б) М. Фрідман;
- в) Мітчел;
- г) Т. Дональдсон.

2. Появу концепції стейкхолдерів пов'язують з ім'ям:

- а) Е. Фрімен;
- б) М. Фрідман;
- в) Мітчел;
- г) Т. Дональдсон.

3. Яка з позицій взаємовідносин суспільства та бізнесу вимагає постійного коректування власної поведінки у відповідності до соціальних уявлень:

- а) позиція партнерів;
- б) позиція зацікавлених осіб;
- в) позиція спостерігачів;

г) позиція власника.

4. Яка з наведених нижче характеристик не відповідає сутності позиції зацікавлених осіб:

а) обов'язком ради директорів компанії є реалізація юридичних і соціальних завдань;

б) акціонери не є єдиними власниками компанії;

в) інтереси суб'єктів зовнішнього та внутрішнього оточення приймаються до уваги і задовольняються менеджерами підприємства;

г) менеджмент компанії має всі зусилля спрямувати на забезпечення максимального рівня доходності акцій.

5. Оберіть найбільш точну та змістовну характеристику поняття «соціальний контракт»:

а) суспільство визнає повноваження конкретного підприємства, якщо інвестиції, які зроблені у вигляді пенсій та трастових фондів, приносять гарний високий результат;

б) суспільство визнає повноваження конкретного підприємства, якщо воно має високу фінансову дохідність і приносить прибуток власникам;

в) суспільство визнає повноваження конкретного підприємства, якщо воно діє в інтересах цього суспільства;

г) суспільство визнає повноваження конкретного підприємства, якщо воно в процесі формулювання стратегічних цілей враховує інтереси суб'єктів зовнішнього оточення.

6. До якого виду стейкхолдерів слід віднести групи або окремих осіб, що чинять вирішальний, прямий і легітимний вплив на діяльність підприємства:

а) близькі;

б) вторинні;

в) первинні;

г) активні.

7. До якого виду стейкхолдерів слід віднести групи або окремих осіб, яких корпоративні соціальні програми зачіпають в найбільшому ступені:

а) близькі;

б) вторинні;

в) первинні;

г) активні.

8. До якого виду стейкхолдерів слід віднести групи або окремих осіб, які зацікавлені в діяльності підприємства з метою отримання найбільших дивідендів та зростання вартості акцій:

а) первинні;

б) внутрішні;

в) пасивні;

г) зовнішні.

9. До якого виду стейкхолдерів слід віднести групи або окремих осіб, які зацікавлені в діяльності підприємства з метою отримання продукції найкращої якості, безпечної у споживанні:

- а) первинні;
- б) внутрішні;
- в) активні;
- г) зовнішні.

10. Яка група стейкхолдерів очікує реалізації можливості кар'єрного росту, отримання додаткових пільг та бонусів в процесі функціонування підприємства:

- а) власники;
- б) споживачі;
- в) менеджери;
- г) громада.

11. Яка група стейкхолдерів очікує на вирішення місцевих проблем в процесі функціонування підприємства:

- а) власники;
- б) споживачі;
- в) менеджери;
- г) громада.

12. Який інструмент проведення діалогу зі стейкхолдерами спрямований на розробку принципів сталого розвитку для компаній певної галузі:

- а) круглий стіл;
- б) робоча група;
- в) конференція;
- г) співбесіда.

13. Який інструмент проведення діалогу зі стейкхолдерами спрямований на отримання інформації та знань і вирішення проблемних ситуацій:

- а) круглий стіл;
- б) робоча група;
- в) конференція;
- г) співбесіда.

14. Які атрибути (критерії, змінні) використано для ідентифікації стейкхолдерів в моделі Менделоу:

- а) влада;
- б) відповідальність;
- в) напруга;
- г) легітимність;
- д) інтерес;
- е) залежність.

15. Які атрибути (критерії, змінні) використано для ідентифікації стейкхолдерів в моделі Мітчелла:

- а) відповідальність;
- б) влада;
- в) сила;
- г) легітимність;
- д) терміновість;
- е) інтерес.

16. Яка з груп зацікавлених сторін, що ідентифіковані за моделлю «влада / інтерес» вимагає наявності постійної інформації щодо діяльності підприємства:

- а) зацікавлені сторони групи А;
- б) зацікавлені сторони групи В;
- в) зацікавлені сторони групи С;
- г) зацікавлені сторони групи Д.

17. Яка з груп зацікавлених сторін, що ідентифіковані за моделлю «влада / динамізм» заслуговує на найбільшу увагу з боку менеджменту підприємства і вимагає апробації можливих стратегій:

- а) зацікавлені сторони групи А;
- б) зацікавлені сторони групи В;
- в) зацікавлені сторони групи С;
- г) зацікавлені сторони групи Д.

18. Яка з груп зацікавлених сторін, що ідентифіковані за моделлю Мітчелла володіє двома ключовими атрибутами і є ординарною:

- а) остаточна;
- б) домінуюча;
- в) спляча;
- г) дискреційна.

19. Яка з груп зацікавлених сторін, що ідентифіковані за моделлю Мітчелла є ключовими стейкхолдерами підприємства, що володіють одночасно трьома атрибутами:

- а) домінуюча;
- б) категорична;
- в) небезпечна;
- г) потребує.

20. Яку з стратегій доцільно обрати для стейкхолдерів, які підтримують процес стратегічних змін підприємства:

- а) оборонна;
- б) моніторинг;
- в) залучення;
- г) співпраця.

21. Яку з стратегій доцільно обрати для стейкхолдерів, які несуть високу загрозу для підприємства і мають високу ймовірність співпраці:

- а) оборонна;
- б) моніторинг;
- в) залучення;
- г) співпраця.

22. Яка з стратегій поведінки стейкхолдерів передбачає, що вони самі маніпулюють потоками ресурсів підприємства:

- а) пряма;
- б) контролю ресурсів;
- в) використання ресурсів;
- г) опосередкована.

23. Яка з стратегій поведінки стейкхолдерів передбачає, що вони впливають на поведінку підприємства і беруть на себе половину витрат на її реалізацію:

- а) пряма;
- б) контролю ресурсів;
- в) використання ресурсів;
- г) опосередкована.

24. Оберіть найбільш точну характеристику стратегії контролю ресурсів з боку стейкхолдерів підприємства:

- а) передбачає, що стейкхолдери маніпулюють потоками ресурсів;
- б) передбачає, що стейкхолдери включаються в агентські відносини з групами осіб, які реалізують політику підприємства;
- в) передбачає, що стейкхолдери мають можливість перервати постачання ресурсів на підприємство;
- г) передбачає, що стейкхолдери визначають, як підприємство буде використовувати отримані ресурси.

Тема 4 Моделі соціальної відповідальності

1. Світовий досвід реалізації механізму соціальної відповідальності
2. Американська модель корпоративної соціальної відповідальності
3. Європейська (континентальна) модель соціальної відповідальності бізнесу
4. Японська (азійська) модель соціальної відповідальності бізнесу

Ключові питання теми. Трудові відносини. Соціально-трудові відносини. Соціальне партнерство (трипартизм). Відкриті та приховані форми КСВ. Американська модель КСВ. Континентальна модель КСВ. Специфічні особливості європейської моделі КСВ в різних країнах. Азійська модель КСВ.

Запитання для самоконтролю.

1. Поясніть важливість вивчення світового досвіду реалізації механізму соціальної відповідальності бізнесу.
2. Дайте розгорнуту відповідь щодо сутності соціального партнерства та його моделей.
3. В чому полягають основні відмінності концепцій соціального партнерства та соціальної відповідальності бізнесу.
4. Які основні відмінності у відкритій та прихованій формі реалізації КСВ.
5. Дайте розгорнуту відповідь стосовно специфіки американської моделі КСВ.
6. Дайте розгорнуту відповідь стосовно специфіки континентальної моделі КСВ.
7. Зробіть порівняльний аналіз моделей КСВ у найбільших Європейських країнах (Франції, Великобританії, Німеччини тощо).
8. Дайте характеристику азійської моделі КСВ.
9. Проведіть порівняльний аналіз американської, європейської, азійської моделей КСВ на основі самостійно сформованого переліку критеріїв.
10. На основі опрацювання додаткової літератури визначте специфіку африканської, латиноамериканської моделей КСВ, моделей країн БРІКС (Бразилії, Росії, Індії, Китаю) тощо.

Тестові запитання для самопідготовки.

1. Взаємодія органів державної влади, роботодавців, профспілок або представників робітників впроваджена в моделі:
 - а) відкритої форми КСВ;
 - б) трипартизму;
 - в) корпоративного громадянства;
 - д) єдиної виробничої сім'ї.
2. Модель КСВ відрізняється від моделі соціального партнерства наступними ознаками:
 - а) забезпечує узгодження інтересів робітників і роботодавців у питаннях регулювання трудових відносин;
 - б) передбачає активну участь держави у регулюванні соціально-трудова відносин на галузевому рівні;
 - в) відбувається шляхом укладання угод, досягнення консенсусу;
 - г) передбачає включення суспільства у формування, координацію та регулювання взаємовідносин економіки та соціуму.
3. Основою американської моделі КСВ є:
 - а) максимальній свободі і самостійності корпорацій;
 - б) наявності державного меркантилізму;

в) історичні традиції дирижизму;

г) культурні традиції країни.

4. Для якої моделі КСВ найбільш притаманний волонтерський характер:

а) азійської;

б) американської;

в) континентальної;

г) британської.

5. Яка з моделей КСВ передбачає активне залучення громадськості і органів влади для вибору об'єктів соціального інвестування:

а) азійської;

б) американської;

в) континентальної;

г) британської.

6. Яка з моделей КСВ передбачає, що саме держава має бути основним ініціатором здійснення соціальних програм:

а) азійська;

б) американська;

в) європейська;

г) російська.

7. Яка з моделей КСВ заснована на традиціях взаємодопомоги і колективізму:

а) азійська;

б) американська;

в) європейська;

г) російська.

8. Оберіть характеристики, що обумовлюють специфіку британської моделі:

а) відкритість та самостійність діяльності корпорацій;

б) високі податки;

в) підвищений інтерес ЗМІ до діяльності корпорацій;

г) активна підтримка бізнесу з боку держави.

9. Визначте найбільш суттєві характеристики японської моделі:

а) активна роль держави в ініціації та здійсненні КСВ;

б) великі податкові пільги;

в) мінімальний вплив держави на приватний сектор;

г) бізнес відповідає за все;

д) сприйняття підприємства як людської спільноти;

е) орієнтованість на місцеве співтовариство;

ж) економічне обґрунтування соціальних ініціатив.

Тема 5 Стандарти корпоративної соціальної відповідальності та рейтинги соціально-відповідальних компаній

1. Міжнародні стандарти корпоративної соціальної відповідальності та їх характеристика
2. Рейтинги соціально відповідальних компаній
3. Проблеми та перспективи розвитку КСВ в Україні

Ключові питання теми. Міжнародні стандарти: стандарт ISO 14000; стандарт SA 8000; стандарт AA 1000; стандарт Саншайн; стандарт ISO 26000; стандарт GRI. Індикатори, рейтинги та ренкінги – як інструменти оцінки КСВ. Рейтинг «Соціально відповідальних компаній України» журналу «ГВардія». Індекс прозорості та підзвітності компаній в Україні зі сталого розвитку Центру розвитку КСВ. Проблеми та перешкоди розвитку КСВ в Україні. Тенденції розвитку КСВ. Переваги соціально відповідальних компаній.

Запитання для самоконтролю.

1. Дайте характеристику кола основних питань на які спрямовані різні міжнародні стандарти КСВ.
2. Зробіть порівняльний аналіз основних стандартів КСВ.
3. Які з міжнародних стандартів КСВ спрямовані на врегулювання екологічних питань та впровадження системи екологічного менеджменту.
4. Які з міжнародних стандартів КСВ спрямовані на врегулювання соціальних та етичних питань.
5. Дайте розгорнуту відповідь стосовно сутності, змісту та вимог міжнародного стандарту ISO 26000.
6. Дайте розгорнуту відповідь стосовно сутності, змісту та вимог міжнародного стандарту GRI.
7. Назвіть основні методики оцінки якості корпоративного управління підприємства та визначте їх відмінності.
8. Визначте розбіжності між основними рівнями КСВ, які отримують компанії в процесі оцінки.
9. Опишіть основні етапи методики складання рейтингу відкритості та системності компаній в сфері КСВ, що використовується журналом «ГВардія».
10. В чому сутність процесу інтегрованої оцінки рівня відкритості та активності компаній в сфері КСВ.
11. Які фактори (заходи, дії та чинники) впливають на зміну позиції компанії у загальному рейтингу соціально відповідальних компаній.
12. Опишіть основні етапи методики розрахунку Індексу прозорості та підзвітності компаній в Україні зі сталого розвитку.
13. Назвіть основні відмінності рейтингу та ренкінгу як методів оцінки, їх переваги та недоліки.

14. Перерахуйте основні проблеми розвитку КСВ в Україні. Які ви вбачаєте основні причини даних проблем.

15. Які особливості розвитку КСВ в Україні.

16. Які основні стимули для здійснення КСВ у українських компаній.

17. Перерахуйте та надайте змістовну характеристику вигід, які може отримати компанія від здійснення КСВ.

Тестові запитання для самопідготовки.

1. Який з міжнародних стандартів КСВ є одним з перших, що було розроблено та прийнято:

- а) стандарт ISO 26000;
- б) стандарт Саншайн;
- в) стандарт ISO 14000;
- г) стандарт AA 1000.

2. Які стандарти розроблені без застосування концепції стейкхолдерів:

- а) стандарт ISO 14000;
- б) стандарт AA 1000;
- в) стандарт SA 800;
- г) стандарт Саншайн;
- д) стандарт ISO 26000.

3. Який з міжнародних стандартів КСВ найбільше підходить для компаній, діяльність яких негативно впливає на суспільство:

- а) стандарт AA 1000;
- б) стандарт GRI;
- в) стандарт SA 8000;
- г) стандарти серії ISO.

4. Який з міжнародних стандартів КСВ найчастіше використовують в процесі оцінки соціально відповідальної діяльності підприємств:

- а) стандарт GRI;
- б) стандарт SA 8000;
- в) стандарт ISO 14000;
- г) стандарт ISO 26000.

5. Які етапи процесу соціальної звітності слід виконати компанії за стандартом AA 1000:

- а) планування, реалізація, збір показників, звітування;
- б) планування, звітування, оцінка, аудит;
- в) реалізація програм, збирання показників, звітування, аудит;
- г) планування, звітність, підготовка звіту, аудит.

6. Який зі стандартів представлення нефінансової звітності в найбільшому ступені надає підприємствам інструментарій для виміру прогресу:

- а) стандарт GRI;

- б) стандарт SA 8000;
- в) стандарт Саншайн;
- г) стандарт ISO 14000.

7. Який зі стандартів представлення нефінансової звітності встановлює нормативи поведінки роботодавця відносно до своїх працівників:

- а) стандарт GRI;
- б) стандарт SA 8000;
- в) стандарт Саншайн;
- г) стандарт ISO 14000.

8. Який зі стандартів представлення нефінансової звітності є основою серії стандартів екологічного менеджменту і допомагає компаніям вирішувати екологічні питання:

- а) стандарт GRI;
- б) стандарт SA 8000;
- в) стандарт Саншайн;
- г) стандарт ISO 14000.

9. Яка інформація відповідно до стандарту Саншайн має бути представлена у нефінансовій звітності:

- а) про продукцію та послуги;
- б) про керівний склад корпорації;
- в) про фінансові результати діяльності;
- г) про основних клієнтів;
- д) про основні ринки збуту;
- е) про обсяги податкових виплат;
- ж) про фінансову стійкість та платоспроможність.

10. Який зі міжнародних стандартів КСВ не може бути використано з метою сертифікації компанії:

- а) стандарт AA 1000;
- б) стандарт ISO 14000;
- в) стандарт ISO 26000;
- г) стандарт GRI.

11. Який з наведених компонентів є зайвим у системі GRI:

- а) стратегічне бачення;
- б) кредо керівника;
- в) профіль компанії;
- г) система менеджменту;
- д) дерево цілей компанії;
- е) індекси;
- ж) показники;
- з) стратегічні альтернативи;
- к) ризики.

12. Який показник слід віднести до макроіндикаторів корпоративного управління:

- а) Індекс сталого розвитку Доу Джонса;
- б) індикатор корпоративного управління Davis Global Advisors;
- в) інтегральний індекс корпоративного управління;
- г) Індекс прозорості та підзвітності компаній.

13. В чому полягає основна відмінність ренкінгу від рейтингу:

- а) наявність зафіксованого методу оцінки та розрахунку;
- б) наявність обов'язкової системи показників та оцінних параметрів;
- в) можливість створення довільного переліку ранжуючих показників;
- г) наявність чіткої методики присвоєння бальних коефіцієнтів.

14. Назвіть основні перешкоди на шляху розвитку КСВ в Україні:

- а) діяльність конкурентів;
- б) ставлення суспільства до соціальних програм;
- в) спрямованість корпорацій на отримання прибутку;
- г) втручання держави у сферу регулювання соціально-трудових відносин;
- д) відсутність вітчизняного законодавства в сфері КСВ;
- е) замалий чистий прибуток корпорацій.

ЗМ 1.2 Управління підприємством на засадах корпоративної соціальної відповідальності

Тема 6 Корпоративна соціальна відповідальність в системі стратегічного управління підприємством

1. КСВ як найважливіший елемент стратегічного управління підприємством

2. Стратегія КСВ

3. Управління соціально відповідальною діяльністю

Ключові питання теми. Співвіднесення КСВ із загальнокорпоративною стратегією підприємства; основні конкурентні переваги від впровадження КСВ в стратегічну діяльність; типи КСВ (стратегічна та реагуюча); стратегія КСВ; цілі та завдання стратегії КСВ; етапи розробки КСВ стратегії; наслідки невідповідності між діяльністю бізнесу і КСВ; механізми управління КСВ.

Запитання для самоконтролю.

1. В чому сутність стратегічної діяльності підприємства на засадах КСВ?

2. Які найголовніші цінності надає КСВ стратегічній діяльності підприємства?

3. В чому відмінності між реагуючою та стратегічною КСВ (за моделлю М. Портера та М. Креймера)?

4. Дайте сутнісне визначення стратегічного підходу до КСВ.
5. Які основні цілі розробки та впровадження стратегії КСВ в системі стратегій підприємства?
6. Охарактеризуйте основні фактори, що впливають на процес розробки стратегії КСВ.
7. Дайте змістовне наповнення основних етапів розробки стратегії КСВ.
8. Охарактеризуйте організаційні механізми управління КСВ.
9. Охарактеризуйте ціннісноутворюючі механізми управління КСВ.

Тестові запитання для самопідготовки.

1. Бізнес-модель підприємства – це:
 - а) визначений напрям змін в соціальній та економічній сфері;
 - б) послідовність реалізації певних інструментів, методів та заходів;
 - в) сукупність елементів, які характеризують унікальну логіку функціонування підприємства, його ключові компетенції;
 - г) зафіксовані напрямки та послідовність реалізації соціальних програм, що визначають конкурентні фактори успіху.
2. Бізнес-модель підприємства визначає:
 - а) логіку ведення бізнесу;
 - б) систему стратегічних цілей;
 - в) імідж підприємства серед зацікавлених груп;
 - г) дії з досягнення конкурентних переваг;
 - д) економічну модель підприємства;
 - е) очікуваний ефект.
3. Який тип КСВ спрямований на передбачення майбутніх потреб суспільства і громади та включення програм щодо їх вирішення в загально корпоративних стратегіях:
 - а) адаптаційна КСВ;
 - б) стратегічна КСВ;
 - в) реагуюча КСВ;
 - г) проактивна КСВ.
4. Які риси розкривають сутність соціального інвестування і його відмінність від стратегічної доброчинності:
 - а) реалізується з метою досягнення стратегічних цілей розвитку підприємства;
 - б) напрямки вкладення коштів обираються керівництвом компанії;
 - в) напрямки вкладення коштів обумовлені потребами місцевих громад;
 - г) реалізується з метою майбутньої вигоди у соціальній, економічній, фінансовій і маркетинговій сфері;
 - д) ніяк не пов'язані з основною бізнес-діяльністю підприємства, а розширюють його сфери впливу через інвестиційну діяльність.

5. Оберіть визначення, що визначає сутність стратегії КСВ:

- а) функціональна (за рівнем) стратегія підприємства;
- б) стратегія, що визначає принципи та правила діяльності підприємства у всіх видах діяльності;
- в) стратегія досягнення конкурентних переваг на певному ринку;
- г) стратегія, що визначає цінності та стандарти здійснення основних бізнес-процесів підприємства;
- д) стратегія, що визначає основний напрямок трансформаційних змін на підприємстві.

6. Які конкурентні переваги підприємства не залежать від стратегії КСВ:

- а) зниження витрат;
- б) зростання лояльності споживачів;
- в) покращення репутації у бізнес-суспільстві;
- г) можливість диференціації товару;
- д) зростання кредитоспроможності;
- е) підвищення техніко-технологічного потенціалу.

7. Який принцип КСВ передбачає оперативну реакцію підприємства (впровадження змін) на очікування та запити зацікавлених сторін:

- а) принцип комплексного підходу;
- б) принцип гнучкості;
- в) принцип відкритості;
- г) принцип надійності.

8. Який принцип КСВ передбачає, яким чином підприємство буде взаємовідносини і бізнес-процеси на основі довіри:

- а) принцип комплексного підходу;
- б) принцип надійності;
- в) принцип відкритості;
- г) принцип партнерства.

9. В чому полягає принцип відкритості соціально відповідальної діяльності підприємства:

- а) як підприємство буде розповсюджувати інформацію про власну соціальну діяльність;
- б) як керівники і персонал підприємства вивчають та оцінюють інтереси, очікування та побоювання зацікавлених сторін;
- в) яка наявна репутація та які заходи приймаються для її покращення, чи відповідально реалізується діяльність, прозора та професійно;
- г) як оперативно підприємство реагує на очікування та запити зацікавлених сторін;
- д) як швидко вносить корективи у власну діяльність у зв'язку зі змінами ринкової ситуації.

Тема 7 Соціальні програми та проекти

1. Соціальні програми компанії: основні поняття
2. Інструменти реалізації соціальних програм
3. Управління соціальними програмами компанії

Ключові питання теми. Соціальні програми як основні елементи стратегії КСВ; типи соціальних програм та їх види за різними ознаками; напрямки реалізації соціальних програм – зовнішні, внутрішні, комбіновані; основні інструменти соціальних програм: грошові гранти, благодійність, спонсорство, соціальний маркетинг, часткове фінансування, соціальні інвестиції, волонтерство, корпоративний фонд та їх основні риси, відмінності; процес управління корпоративними соціальними програмами, характеристика етапів.

Запитання для самоконтролю.

1. Дайте визначення і сутнісну характеристику соціальних програм підприємства. Які чинники впливають на процес формування та реалізацію соціальних програм?
2. Назвіть основні ознаки класифікації соціальних програм.
3. Надайте характеристику основних типів соціальних програм за акцентованою участю партнерів. Наведіть приклади.
4. Надайте характеристику основних типів соціальних програм за основними одержувачами. Наведіть приклади.
5. Надайте характеристику основних типів соціальних програм за критерієм охоплення населення. Наведіть приклади.
6. Назвіть основні принципові відмінності категоріальних та адресних соціальних програм.
7. Сформууйте перелік ключових відмінних рис зовнішніх та внутрішніх соціальних програм підприємства.
8. Перерахуйте основні форми реалізації внутрішніх соціальних програм і наведіть відповідні елементи їх реалізації.
9. Перерахуйте основні форми реалізації зовнішніх соціальних програм і наведіть відповідні елементи їх реалізації.
10. Поясніть, які з соціальних програм вимагають широкої участі партнерів і чому. Наведіть приклади.
11. Дайте розгорнуту відповідь щодо сутності грантів, їх видів, форм та моделей управління грантовими програмами.
12. Складіть таблицю порівняння понять «спонсорство» та «благодійність» за власними обраними критеріями.
13. В чому схожі та відмінні риси «in-kind giving» та «pro bono» благодійності.

14. Дайте розгорнуту характеристику основних форм реалізації волонтерства.

15. Поясніть розбіжності волонтерства та еквівалентного фінансування.

16. Поясніть розбіжності соціальних інвестицій та соціального маркетингу.

17. Які інструменти реалізації соціальних програм безпосередньо пов'язані з основною діяльністю компанії і як?

18. Поясніть сутність соціальної політики підприємства, її цілей та завдань.

19. Перерахуйте основні етапи розробки та реалізації соціальної програми підприємства і дайте їхню характеристику.

20. Поясніть розбіжності різних механізмів зовнішнього адміністрування соціальних програм.

21. В якому випадку (за яких умов) доцільно створювати спеціальну структуру управління соціально відповідальною діяльністю підприємства? Які її цілі, функції, в чому специфіка діяльності?

Тестові запитання для самопідготовки.

1. До якого виду соціальних програм слід віднести допомогу ліквідаторам аварії на ЧАЕС:

- а) категоріальні;
- б) універсальні;
- в) адресні;
- г) добровільні.

2. До якого виду соціальних програм слід віднести імунізацію дітей проти захворювання на туберкульоз:

- а) категоріальні;
- б) універсальні;
- в) адресні;
- г) добровільні.

3. Який вид соціальних програм спрямований на підтримку громадян із низьким (дуже низьким) рівнем доходів:

- а) пільгові;
- б) універсальні;
- в) адресні;
- г) добровільні.

4. Який вид соціальних програм передбачає врахування та задоволення суспільних інтересів:

- а) пільгові;
- б) універсальні;
- в) адресні;

г) компенсаційні.

5. Які з наведених нижче факторів прямо не впливають на соціальні програми підприємства:

- а) розмір підприємства;
- б) рівень конкуренції в галузі;
- в) рівень прибутковості підприємства;
- г) стан кон'юнктури ринку;
- д) рівень розвитку виробничої та соціальної інфраструктури;
- е) галузь діяльності підприємства.

6. Який тип соціальних програм підприємства спрямований на забезпечення розвитку персоналу, охорони здоров'я, покращення умов праці та проведення соціально відповідальної реструктуризації:

- а) внутрішні програми;
- б) зовнішні програми;
- в) власні програми;
- г) програми партнерства.

7. Який напрямок соціальних програм підприємства передбачає створення додаткової мотивації плідного кар'єрного росту в трудовій діяльності та підвищення рівня добробуту:

- а) культурно-оздоровчі програми;
- б) програми соціально відповідальної реструктуризації;
- в) програми розвитку місцевого співтовариства;
- г) програми розвитку і підтримки персоналу.

8. Оберіть елементи, які найбільше відповідають соціальним програмам розвитку місцевого співтовариства:

- а) забезпечення лікувально-реабілітаційних заходів;
- б) спонсорство місцевих культурних, освітніх і спортивних заходів;
- в) заходи щодо повторного використання відходів;
- г) підтримка громадських організацій і їхньої діяльності;
- д) підтримка соціально незахищених верств населення;
- е) участь співробітників у прийнятті управлінських рішень.

9. Оберіть елементи, які найбільше відповідають соціальним програмам соціально відповідальної реструктуризації:

- а) зменшення рівнів ієрархії;
- б) підтримка некомерційних і громадських організацій;
- в) економічно обґрунтоване скорочення робочих місць;
- г) відмова (закриття) від певних видів діяльності;
- д) підтримка внутрішніх комунікацій на підприємстві;
- е) екологічний аудит.

10. Яка ключова риса притаманна грантам та відрізняє їх від благодійності:

- а) безоплатність;
- б) пробільність діяльності (зв'язок з основною діяльністю);
- в) суспільна користь;
- г) можливість надання у натуральній формі.

11. Як називається інструмент реалізації соціальної програми, коли підприємство надає різних ресурсів у діяльність іншої юридичної особи на умовах поширення реклами про нього:

- а) благодійний маркетинг;
- б) корпоративний фонд;
- в) спонсорство;
- г) часткове фінансування.

12. Чим відрізняється благодійність від спонсорства:

- а) непрофільна для бізнесу діяльність;
- б) адресна допомога;
- в) надання грошових коштів;
- г) взаємовигідна діяльність.

13. Сутність «pro bono» благодійних пожертв визначається:

- а) наданням добровільних і безоплатних професійних послуг;
- б) наданням грошей на виконання певної програми;
- в) наданням обладнання та продуктів компанії для реалізації соціально

значущих проектів;

г) наданням співробітниками компанії частки заробітної плати для реалізації соціально значущих проектів.

14. Сутність «in-kind giving» пожертв визначається:

- а) наданням добровільних і безоплатних професійних послуг;
- б) наданням грошей на виконання певної програми;
- в) наданням обладнання та продуктів компанії для реалізації соціально

значущих проектів;

г) наданням співробітниками компанії частки заробітної плати для реалізації соціально значущих проектів.

15. Яка форма здійснення волонтерської діяльності передбачає врахування робочого часу, витраченого співробітниками в організаціях третього сектору:

- а) визнання заслуг волонтерів;
- б) гроші за вчинки;
- в) банк часу;
- г) спеціаліст на прокат.

16. Яка форма здійснення волонтерської діяльності передбачає визначення «бюджету» робочого часу, який співробітники можуть витратити на діяльність в організаціях третього сектору:

- а) визнання заслуг волонтерів;

- б) гроші за вчинки;
- в) банк часу;
- г) спеціаліст на прокат.

17. Який інструмент реалізації соціальних програм найбільш доцільно обрати для підтримки цільових груп і секторів, що залишилися без підтримки бізнесу:

- а) грант;
- б) соціальний маркетинг;
- в) корпоративне волонтерство;
- г) корпоративний фонд.

18. В чому відмінність часткового фінансування та корпоративного фонду:

- а) форма акумуляції фінансових коштів;
- б) спрямованість на реалізацію конкретного цільового проекту;
- в) сумісне фінансування різних інституцій і об'єктів;
- г) об'єднує внутрішні і зовнішні очікування компанії.

Тема 8 Нефінансова звітність підприємства

1. Сутність та значення нефінансової (соціально) звітності підприємства.
2. Стандарти підготовки та структура нефінансових звітів.
3. Процес підготовки не фінансового звіту підприємства.

Ключові питання теми. Сутність та значення нефінансової звітності підприємства. Порівняльна характеристика фінансової та нефінансової звітності. Принципи створення соціального звіту компанії. Закордонний досвід щодо регулювання питань створення та представлення нефінансової звітності. Форми нефінансового звіту та його рекомендована структура. Вигоди та ризики підприємства від представлення нефінансового звіту. Характеристика етапів процесу підготовки соціального звіту підприємства.

Запитання для самоконтролю.

1. Дайте розгорнуту відповідь стосовно визначення сутності «соціального звіту» компанії.
2. Які риси є притаманними і фінансовим, і не фінансовим звітам одночасно?
3. Які найбільш суттєві відмінності між фінансовими та нефінансовими звітами підприємства?
4. Назвіть основні принципи створення нефінансового звіту підприємства.

5. Наведіть приклади стосовно того, яку інформацію можуть отримати зовнішні та внутрішні стейкхолдери в процесі ознайомлення з соціальними звітами підприємства.

6. Перерахуйте країни де процес надання соціального звіту підприємства є обов'язковим із законодавчо визначеними нормами надання інформації.

7. Зробіть порівняльну характеристику основних стандартів складання соціальних звітів підприємств.

8. Назвіть основні рекомендовані розділи соціального звіту підприємства та надайте їх змістовну характеристику.

9. Перерахуйте основні вигоди компанії від ведення та надання соціальної звітності.

10. Перерахуйте основні ризики компанії від ведення та надання соціальної звітності.

11. Надайте характеристику основних етапів підготовки та представлення соціального звіту.

Тестові запитання для самопідготовки.

1. Як називається процес підготовки та представлення зацікавленим сторонам і суспільству інформації про соціальні й екологічні наслідки схвалюваних компанією економічних рішень:

- а) соціальне інвестування;
- б) соціальна звітність;
- в) рейтингування (ранжування);
- г) бізнес-планування.

2. Які критерії є неприйнятними для характеристики нефінансових звітів:

- а) повний ступінь відкритості;
- б) обов'язковий для виконання;
- в) передбачає використання економічних, екологічних та соціальних показників;
- г) надає змістовну характеристику власного та залученого капіталу;
- д) має нематеріальну складову, що впливає на вартісну оцінку бізнесу.

3. Як називається принцип створення нефінансового звіту, що відображує необхідність надання як позитивних, так і негативних аспектів діяльності підприємства:

- а) збалансованість;
- б) порівнянність;
- в) повнота;
- г) суттєвість.

4. Як називається принцип створення нефінансового звіту, що передбачає синхронізацію періоду надання фінансової та соціальної звітності зацікавленим сторонам:

- а) повнота;
- б) надійність;
- в) своєчасність;
- г) збалансованість.

5. Як називається принцип створення нефінансового звіту, що вимагає від підприємства представлення у соціальних звітах такої інформації, яка дозволила б зацікавленим сторонам аналізувати зміни, порівнювати результати:

- а) точність;
- б) повнота;
- в) ясність;
- г) порівнянність.

6. Яка інформація не відображується в розділі соціального звіту «екологічні показники»:

- а) використанні енергії та води;
- б) контроль щодо маркування продукції;
- в) частка використання вторинної сировини;
- г) охорона здоров'я та безпека праці.

7. Яка інформація не відображується в розділі соціального звіту «права людини»:

- а) відгуки про продукцію підприємства та реагування на скарги споживачів;
- б) гендерні характеристики працівників підприємства;
- в) ставлення до дитячої праці та її захист;
- г) підтримка політичних партій та громадських об'єднань.

8. Яка інформація не відображується в розділі соціального звіту «відповідальність щодо споживання продукції»:

- а) процедури дотримання добровільних кодексів відносно етики рекламних звернень;
- б) здоров'я та безпека кінцевих споживачів продукції (послуг);
- в) контроль щодо забезпечення безпеки транспортування продукції;
- г) відносини між керівництвом та персоналом.

9. До якого розділу соціального звіту має бути віднесена інформація щодо наявності на підприємстві внутрішніх кодексів поведінки:

- а) відповідальність щодо суспільства;
- б) права людини;
- в) структура управління та система менеджменту;
- г) соціальні показники.

10. До якого розділу соціального звіту має бути віднесена інформація щодо практики найму, заохочення та звільнення персоналу:

- а) відповідальність щодо суспільства;
- б) права людини;
- в) структура управління та система менеджменту;
- г) соціальні показники.

11. До якого розділу соціального звіту має бути віднесена інформація про масштаб підприємства: кількість працівників, обсяг продукції, вартість капіталу та активів тощо:

- а) структура управління та система менеджменту;
- б) загальна характеристика підприємства;
- в) відповідальність щодо персоналу;
- г) відповідальність щодо партнерів та постачальників.

12. До якого розділу соціального звіту має бути віднесена інформація щодо реалізації соціальних програм в сфері реставрації пам'яток архітектури, пам'ятників, збереження історичних місць:

- а) суспільство;
- б) права людини;
- в) соціальні показники;
- г) система менеджменту.

Тема 9 Соціальні інвестиції

1. Сутність соціального інвестування, його особливості і форми
2. Класифікація соціальних інвестицій, технології та стратегії реалізації
3. Вигоди і переваги корпорацій від реалізації соціальних інвестицій

Ключові питання теми. Соціальне інвестування та соціальні інвестиції; основні форми соціальних інвестицій; базові типи корпоративних соціальних інвестицій; класифікація соціальних інвестицій за різними ознаками; технології впровадження соціальних інвестиційних проектів; стратегії соціального інвестування; вигоди і переваги від реалізації соціальних інвестицій; показники соціальної ефективності соціальних інвестицій.

Запитання для самоконтролю.

1. Назвіть основні відмінності соціального інвестування.
2. Що таке «соціальні інвестиції» та які вигоди доцільно очікувати підприємству від їх реалізації.
3. Надайте характеристику основних форм соціального інвестування та визначте найголовніші риси кожної форми.
4. Перерахуйте типи корпоративних соціальних інвестицій і визначте їх зв'язок з корпоративною стратегією підприємства.

5. Наведіть приклади окремих типів корпоративних соціальних інвестицій.

6. Перерахуйте основні ознаки класифікації соціальних інвестицій.

7. Зробіть порівняльну характеристику існуючих технологій впровадження соціальних інвестиційних проектів.

8. Визначте відмінні та загальні риси наявних стратегій соціального інвестування.

9. Назвіть основні вигоди і переваги корпорацій від реалізації соціальних інвестицій і наведіть відповідні приклади.

10. Охарактеризуйте основні показники оцінки ефективності соціального інвестування.

Тестові запитання для самопідготовки.

1. Яка форма соціальних інвестицій спрямована на вкладення ресурсів в об'єкти соціальної інфраструктури для отримання суспільного ефекту:

- а) соціальні бізнес-інвестиції;
- б) інвестиції, що здійснюють значний вплив на суспільство;
- в) корпоративне спонсорство;
- г) застосування венчурного капіталу в соціальних інвестиційних проектах.

2. Чим відрізняються соціальне інвестування від класичного інвестування:

- а) об'єктом інвестування;
- б) неможливістю отримати економічний ефект;
- в) строком інвестування;
- г) показниками оцінки.

3. Який інструмент реалізації соціальних програм не може бути віднесений до соціальних інвестицій:

- а) адресна допомога третім особам;
- б) консультативні послуги;
- в) благодійні пожертви;
- г) матеріальна допомога суспільним підприємствам.

4. Які з перерахованих рис не відповідають сутності соціального інвестування:

- а) раціональний мотив здійснення;
- б) з основними інтересами бізнесу не пов'язані;
- в) рішення щодо вибору об'єкту вкладень приймаються на основі особистих симпатій;
- г) є частиною бізнес-діяльності компанії;
- д) націленість на довгостроковий ефект і вирішення проблеми;
- е) використовується увесь набір форм соціально пов'язаної діяльності;

ж) за виконання відповідає один співробітник.

5. Яка риса притаманна стратегії соціального інвестування «просіювання» (screening):

- а) вибір компаній-партнерів відбувається на основі встановлених фільтрів;
- б) можливість інвестора впливати на поведінку компанії;
- в) соціальним інвестуванням займаються регіональні банки шляхом реалізації місцевих соціальних програм;
- г) інвестори спрямовують свої кошти малозабезпеченим людям.

6. Яка риса притаманна стратегії соціального інвестування «активність акціонерів» (shareholder activism):

- а) вибір компаній-партнерів відбувається на основі встановлених фільтрів;
- б) можливість інвестора впливати на поведінку компанії;
- в) соціальним інвестуванням займаються регіональні банки шляхом реалізації місцевих соціальних програм;
- г) створюються кооперативи чи спілки у сфері житлово-комунального господарства.

7. Як називається технологія впровадження соціальних інвестиційних проектів за якою Міністерство освіти і науки України розробляє нормативи створення навчальних посібників і підручників і рекомендує певне наукове видання для використання в учбовому процесі:

- а) точкового виду;
- б) масового виду;
- в) ринкового виду;
- г) агресивного виду.

8. Як називається технологія впровадження соціальних інвестиційних проектів за якою на телебаченні розміщується і розповсюджується реклама щодо використання засобів для боротьби із ВІЛ/СНІД:

- а) точкового виду;
- б) масового виду;
- в) ринкового виду;
- г) агресивного виду.

9. Яка технологія соціального інвестування передбачає створення спеціальних експериментальних об'єктів з режимом найбільшого сприяння для реалізації соціального інвестиційного проекту:

- а) точкового виду;
- б) масового виду;
- в) ринкового виду;
- г) агресивного виду.

10. Як називається технологія впровадження соціальних інвестиційних проектів за якою сітвові аптечні мережі реалізують соціальні товари (лікарські засоби) для пенсіонерів:

- а) точкового виду;
- б) масового виду;
- в) ринкового виду;
- г) агресивного виду.

11. Для якої технології впровадження соціальних проектів характерна максимальна активність компанії:

- а) точкового виду;
- б) масового виду;
- в) ринкового виду;
- г) агресивного виду.

12. За якого виду соціального інвестування одержання соціального ефекту відбувається через певний часовий проміжок після вкладення ресурсів:

- а) послідовні інвестиції;
- б) інвестиції з прямим соціальним ефектом;
- в) взаємозалежні інвестиції;
- г) інтервальні інвестиції.

13. За якого виду соціального інвестування відбувається передусім зміна певної сфери соціальної системи, а потім – отримання позитивного ефекту:

- а) інвестиції з прямим соціальним ефектом;
- б) інвестиції з опосередкованим соціальним ефектом;
- в) взаємозалежні інвестиції;
- г) вимушені інвестиції.

Тема 10 Оцінка ефективності соціально відповідальної діяльності підприємства

1. Основні наслідки соціально відповідальної діяльності підприємства
2. Оцінка економічних результатів соціально відповідальної діяльності підприємства
3. Методика кількісної і якісної оцінки КСВ підприємства
4. Рейтингові методики оцінки КСВ
5. Оцінка КСВ за напрямками
6. Комплексна оцінка соціально відповідальної діяльності підприємства

Ключові питання теми. Наслідки, результати та очікувані переваги соціально відповідальної діяльності (соціальні, іміджеві, економічні, фінансові, маркетингові); соціальні витрати та КСВ-дохід; конкурентні переваги, що забезпечує КСВ; основні та модифіковані економічні показники ефективності соціальних інвестицій; комплексний індекс КСВ; індикатор перспективного

розвитку; індикатор соціальних видатків; методика кількісної і якісної оцінки КСВ; показники ефективності окремих напрямків соціально відповідальної активності; потреби і мотиви здійснення КСВ; комплексна методика оцінки соціально відповідальної діяльності підприємства.

Запитання для самоконтролю.

1. Перерахуйте основні види ресурсів, що можуть бути використані підприємством для забезпечення КСВ та надайте їх змістовну характеристику.
2. Наведіть приклади соціальних результатів, що може отримати підприємство від реалізації КСВ.
3. Як КСВ пов'язана із іміджем підприємства?
4. Перерахуйте основні економічні результати від соціально відповідальної діяльності підприємства і надайте методику їх розрахунку.
5. Які конкурентні переваги забезпечує КСВ та як вони можуть бути відображені у конкурентних стратегіях підприємства?
6. Назвіть основні та модифіковані економічні показники ефективності соціальних інвестицій. Дайте їм характеристику.
7. Перерахуйте і зробіть порівняльний аналіз основних кількісних індикаторів виміру ефективності КСВ.
8. Які якісні показники можуть бути використані для оцінки ефективності КСВ? Методика їх переведення у кількісний вимір.
9. Перерахуйте основні витратні показники оцінки ефективності КСВ за окремими напрямками.
10. Перерахуйте основні результативні показники оцінки ефективності КСВ за окремими напрямками.
11. Перерахуйте основні структурні показники оцінки ефективності КСВ за окремими напрямками.
12. На основі аналізу літературних джерел зробіть порівняльний аналіз різних підходів до оцінки ефективності КСВ за окремими напрямками.
13. Перерахуйте основні мотиви здійснення соціально відповідальної діяльності підприємства з позицій різних стейкхолдерів та конкретизуйте їх у цілях.
14. Дайте змістовну характеристику основних етапів комплексної оцінки соціально відповідальної діяльності підприємства.
15. За допомогою яких методів та моделей може бути проведений перший етап комплексного підходу – визначення потреб, мотивів, пріоритетів та інтересів основних стейкхолдерів?
16. В чому відмінність, переваги та недоліки комплексного підходу оцінки соціально відповідальної діяльності підприємства?

Тестові запитання для самопідготовки.

1. До якої групи показників (результатів від здійснення КСВ) слід віднести рівень відповідності товарів та послуг міжнародним вимогам і стандартам:

- а) група «суспільство»;
- б) група «бізнес»;
- в) група «імідж»;
- г) група «персонал».

2. До якої групи показників (результатів від здійснення КСВ) слід віднести наявність подяк та грамот, що отримані від органів влади за участь у благодійних заходах:

- а) група «суспільство»;
- б) група «бізнес»;
- в) група «імідж»;
- г) група «персонал».

3. До якої групи показників (результатів від здійснення КСВ) слід віднести рівень задоволеності покупців (клієнтів) якістю товарів та послуг:

- а) група «суспільство»;
- б) група «бізнес»;
- в) група «імідж»;
- г) група «персонал».

4. Який показник оцінки вигід підприємства від соціально відповідальної діяльності вказує на співвідношення між витратами на соціальну політику та часток приросту капіталу, які виникли завдяки цій діяльності:

- а) ROI – дохід з інвестицій;
- б) ROS – дохід з продажів;
- в) IP – частка соціальних інвестицій в обсязі прибутків компанії;
- г) ISBi – індикатор соціальних видатків.

5. Який показник оцінки вигід підприємства від соціально відповідальної діяльності вказує на наявність зв'язку між соціальною політикою та показниками основної діяльності, але не показує порівняну ефективність:

- а) ROA – дохідність активів;
- б) КСВ-дохід;
- в) IL – індекс питомих соціальних інвестицій на одного працівника;
- г) PM – показник процесу реалізації соціальних програм.

6. Який показник оцінки вигід підприємства від соціально відповідальної діяльності дозволяє зробити висновок про те, що більш ефективно: соціальні програми чи реклама і стимулювання продажів:

- а) ROI – дохід з інвестицій;
- б) EM – показник ефективності благодійної допомоги;
- в) PM – показник процесу реалізації соціальних програм;

г) ROS – дохід з продажів.

7. Який з наведених показників доцільно використовувати задля розробки рейтингу підприємств, що здійснюють соціально відповідальну діяльність:

а) $KL_i = \frac{Ti + CE_i + SE_i}{TOC_i}$;

б) $I = \frac{K_{b1} \times K_{b2} + K_{b2} \times K_{b3} + \dots + K_{bi} \times K_{b1}}{i}$;

в) $IL = \frac{Ci}{Li}$;

г) $ROI = \frac{\sum Di - Z}{Z} \times 100\%$.

8. Який з наведених показників показує рівень комплексності соціально відповідальної діяльності підприємства:

а) $IK_i = \left(\frac{1}{m} \sum_{j=1}^m X_{ij} \right) \times 100\%$;

б) $ROS = \frac{\sum \dot{I}}{\sum Di} \times 100\%$;

в) $IK = \left(\frac{1}{n \times m} \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m X_{ij} \right) \times 100\%$;

г) $I = \frac{K_{b1} \times K_{b2} + K_{b2} \times K_{b3} + \dots + K_{bi} \times K_{b1}}{i}$.

9. Які основні первинні наслідки та результати очікує отримати підприємство, що ретельно виконує національне та міжнародне законодавство:

а) вибір надійних та спроможних бізнес-партнерів;

б) високий рівень лояльності персоналу;

в) відсутність правових та судових ускладнень;

г) появу додаткової мотивації у працівників.

2 ЗАВДАННЯ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИКОНАННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

Виконання контрольної роботи студентами заочної форми навчання є важливою ланкою вивчення курсу «Корпоративна соціальна відповідальність». Самостійні роботи виконуються згідно навчального плану і є формою поточного контролю знань студентів та оцінки ефективності їх самостійної роботи з теоретичним і практичним матеріалом.

Контрольна робота складається з двох типів завдань:

- 1) теоретичне завдання;
- 2) практичне завдання.

Теоретичне завдання виконується у зошиті (рукопис). Обсяг першого теоретичного завдання (сформульоване як тема реферату) становить 15 - 20 рукописних (в шкільному зошиті) або 10 - 15 машинописних сторінок (до роботи має бути додана дискета з макетом роботи).

Два теоретичних питання вибираються студентом за програмою курсу «Корпоративна соціальна відповідальність» відповідно до тем робочого навчального плану цієї дисципліни.

При підготовці теоретичної частини студент повинен суворо дотримуватися рекомендованих питань. У самостійній роботі повинна бути сформульована тема та план роботи. Відповіді на питання повинні бути відокремлені одна від одної. В кінці роботи повинен бути приведений список використаної літератури, складений відповідно до стандартів, проставлена дата підготовки роботи і підпис виконавця.

Теоретичне завдання (теми питань) вибирається студентом за допомогою наведеної нижче таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 – Вибір теоретичних питань

№ з/п	Перша буква прізвища	Номер реферату за темами	№ з/п	Перша буква прізвища	Номер реферату за темами
1	А	1	15	П	2
2	Б	3	16	Р	4
3	В	5	17	С	6
4	Г	7	18	Т	8
5	Д	9	19	У	10
6	Е	11	20	Ф	12
7	Ж	13	21	Х	14
8	З	15	22	Ц	16
9	І	17	23	Ч	18
10	К	19	24	Ш	20
11	Л	21	25	Щ	22
12	М	23	26	Є	24
13	Н	25	27	Ю	26
14	О	27	28	Я	28

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАВДАННЯ (ПИТАННЯ) ПО КУРСУ «КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ»:

1. Історична довідка: Ендрю Карнегі та Джон Рокфеллер.
2. Соціальна відповідальність бізнесмена Хоуарда Боуена.
3. Глобальна некомерційна організація «Бізнес для соціальної відповідальності» (Business for Social Responsibility - BSR).
4. Всесвітня рада підприємців зі сталого розвитку (The World Business Council for Sustainable Development - WBCSD).
5. Центр системних бізнес - технологій «SATIO».
6. Становлення концепції КСВ: теорія корпоративного «егоїзму», теорія корпоративного «альтруїзму», теорія «розумного егоїзму».
7. Становлення концепції КСВ: сучасні тенденції.
8. Глобальний договір ООН (Global Compact).
9. Корпоративне управління та КСВ.
10. Соціальна звітність та КСВ.
11. Стандарт звітності GRI (Global Reporting Initiatives - Глобальна ініціатива за поданням звітності).
12. Стандарти Саншайн з надання корпоративних звітів для зацікавлених сторін.
13. Стандарт соціального обліку «Соціальна відповідальність» SA 8000.
14. Міжнародний стандарт AA 1000. Індикатори, за якими може бути проведений соціальний і етичний аудит .
15. Міжнародний стандарт ISO (ISO) 26000:2010 «Керівництво з соціальної відповідальності»: загальні положення.
16. Міжнародний стандарт ISO (ISO) 26000:2010 «Керівництво з соціальної відповідальності»: Керівництво по основних аспектах соціальної відповідальності.
17. Міжнародний стандарт ISO (ISO) 26000:2010 «Керівництво з соціальної відповідальності»: Керівництво по інтеграції практик соціальної відповідальності повсюдно в організації.
18. Проблеми розвитку КСВ в Україні. перешкода повноцінного розвитку КСВ в Україні - суспільство і держава.
19. Перспективи розвитку КСВ в Україні: основні тенденції.
20. Ранжування мотивів соціальної відповідальності для українського бізнесу та переваги соціально відповідальної політики компанії.
21. Методика складання рейтингу компаній з КСВ в Україні: окремі напрями (сфери).
22. Методика складання рейтингу компаній з КСВ в Україні: розбивка компаній за групами ринків.
23. Практики КСВ в Україні: окремі напрями та ринки.

24. Соціальні програми компанії: основні поняття, типи і напрями соціальних програм.

25. Управління соціальними програмами компанії: основні поняття, напрями соціальних програм компанії.

26. Управління соціальними програмами компанії: інструменти і механізми реалізації соціальних програм.

27. Способи досягнення ефективності у вирішенні бізнес - задач в рамках корпоративних соціальних програм.

28. Приклади успішних моделей соціальних програм компанії.

ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ З КУРСУ «КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ»

Практична частина контрольної роботи складається із двох питань.

Для вирішення першого питання практичного завдання студент має обрати відповідний варіант за таблицею 2.2 (відповідно до першої літери прізвища обирається номер завдання).

Таблиця 2.2 – Вибір першого практичного завдання

Перша літера прізвища	№	Перша літера прізвища	№
А – Б	1	П - Р	8
В – Г	2	С - Т	9
Д – Е	3	У - Ф	10
Ж – З	4	Х - Ц	11
І – К	5	Ч - Ш	12
Л – М	6	Щ - Є	13
Н – О	7	Ю - Я	14

Практичне завдання 1.

1. *Вступ. Історична довідка.* Завдання: дайте коротку інформаційну довідку про діяльність мультимільонера Ендрю Карнегі, прогресивного філантропу світу, саму багату людину в американській історії - Джона Рокфеллера, автора книги «Соціальна відповідальність бізнесмена» Хоуарда Боуена.

2. *Основні поняття і підходи.* Завдання: дайте коротку інформаційну довідку про діяльність міжнародних організацій: Глобальна некомерційна організація «Бізнес для соціальної відповідальності» (Business for Social Responsibility - BSR); Всесвітня рада підприємців зі сталого розвитку (The World Business Council for Sustainable Development - WBCSD); Центр системних бізнес - технологій «SATIO»; Міжнародний форум лідерів бізнесу під егідою принца Уельського; Департамент торгівлі та промисловості Великобританії (DTI).

3. *Становлення концепції КСВ.* Завдання: коротко опишіть основні концепції КСВ: теорію корпоративного «егоїзму» (Мілтон Фрідман), теорію корпоративного «альтруїзму» (Комітет з економічного розвитку - Committee for Economic Development), теорію «розумного егоїзму» (Сергій Туркин).

4. *Системний підхід до КСВ.* У 2000 році був створений Глобальний договір ООН (Global Compact) <http://www.unglobalcompact.org>, в якому визначено десять базових принципів соціально відповідальних компаній. Завдання: коротко опишіть ці принципи і приведіть відповідні практичні приклади по кожному з них.

5. *Соціальна звітність та КСВ.* Найбільш поширеною є спеціальна міжнародна система принципів та показників звітності у сфері сталого розвитку бізнесу: Стандарт звітності GRI (Global Reporting Initiatives - Глобальна ініціатива з подання звітності). Завдання: коротко опишіть основні сфери і аспекти оцінки згідно стандарту GRI третього покоління.

6. *Соціальна звітність та КСВ.* Стандарти Саншайн з надання корпоративних звітів для зацікавлених сторін прийняті в 1996 р. Альянсом стейкхолдерів (США), а також організацією із захисту прав споживачів. Завдання: коротко опишіть, яку інформацію корпорації повинні регулярно представляти в щорічному «Корпоративному звіті для зацікавлених сторін».

7. *Соціальна звітність та КСВ.* Агенцію Ради з економічних пріоритетів (SEPAА) - засновано в 1997 р. представниками приватного та державного секторів. Ними розроблений і впроваджений стандарт соціального обліку «Соціальна відповідальність» SA 8000. Завдання: коротко опишіть суть даного стандарту.

8. *Соціальна звітність та КСВ.* Інститут соціальної та етичної відповідальності розробив в 1999 р. міжнародний стандарт АА 1000. До складу стандарту включені індикатори, за якими може бути проведений соціальний і етичний аудит. Завдання: коротко опишіть суть даного стандарту.

9. *Міжнародний стандарт ISO 26000.* У 2010 році був прийнятий Міжнародний стандарт ІСО (ISO) 26000:2010 «Керівництво з соціальної відповідальності». Завдання: коротко опишіть суть даного стандарту. Наведіть кілька прикладів добровільних ініціатив та інструментів для соціальної відповідальності згідно з цим стандартом.

10. *Методика складання рейтингу компаній з КСВ в Україні.* Укладачем такого рейтингу є Українське Рейтингове Агентство (УРА) в рамках проекту Всеукраїнської рейтингової програми «Гвардія» (видавець ТОВ «Газета Галицькі контракти»). Завдання: дайте короткий опис даної методики.

11. *Методика складання рейтингу компаній з КСВ в Україні.* Публічні звіти з КСВ від українських компаній у світових базах даних відсутні www.corporateregister.com, www.sprb.amr.ru. Російські компанії давно взяли за правило формувати і публікувати свої звіти. Завдання: наведіть приклад звіту з

КСВ однієї з російських компаній.

12. *Практики КСВ в Україні: окремі напрями та ринки.* Рейтинг соціально відповідальних компаній України складається Українським Рейтинговим Агентством (УРА) в рамках проекту Всеукраїнської рейтингової програми «Гвардія» (видавець ТОВ «Газета Галицькі контракти»). Він робиться для найбільш великих і активних корпорацій України. Завдання: наведіть приклад Рейтингу відкритості та системності компаній у сфері КСВ за минулий рік.

13. *Соціальні програми компанії: основні поняття.* Основними напрямками соціальних програм є: розвиток персоналу; охорона здоров'я та безпечні умови праці; соціально відповідальна реструктуризація (структуризація); природоохоронна діяльність і ресурсозбереження; розвиток місцевої громади; сумлінна ділова практика. Завдання: приведіть практичні приклади реалізації відповідних соціальних програм за двома напрямками (на вибір).

14. *Управління соціальними програмами компанії.* Інструменти і механізми реалізації соціальних програм. Завдання: знайдіть в літературі та Інтернет - джерелах визначення або трактування термінів, що найбільш часто використовуються: грошові гранти, благодійні пожертвування, спонсорство, соціальні інвестиції, корпоративний фонд, адміністративний / соціальний бюджет.

Для вирішення другого питання практичного завдання студент має обрати відповідний варіант за таблицею 2.3 (відповідно до першої літери прізвища обирається номер завдання).

Таблиця 2.3 – Вибір другого практичного завдання

Номер варіанта	Назва компанії	Перша літера	Інформаційне джерело
1	Група компаній СКМ	А,Л,Х	http://www.scm.com.ua/uk/sustainability/reports/
2	КиївСтар	Б,М,Ц	http://kyivstar.ua/ru/about/responsibility/
3	Благодійний фонд «Крона»	В,Н,Ч	http://www.krona.niko.ua/ua/reports/
4	Оболонь	Г,О,Ш	http://obolon.ua/ukr/corporate-responsibility/social-reporting/
5	Крафт Фудз Україна	Д,П,Щ	http://www.foxtrot.ua/Article.aspx?AreaID=60
6	ТОВ «Астеліт» (Life)	Е,Є,Р	http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/2142/original/
7	ВіДі Груп	Ж,С,Ю	http://www.vidigroup.com/upload/iblock/
8	Carlsberg Україна	З,Т,Я	http://carlsbergukraine.com/images/resources/csr/
9	XXI Століття	І,У	http://www.21.com.ua/index.php?lang_id=2&menu
10	Вітмарк-Україна	К,Ф	http://www.vitmark.com/uk/p/social_responsibility

Завдання пов'язано із опрацюванням звітів з корпоративної соціальної відповідальності найкращих компаній, що було визначено українським рейтингом із соціальної відповідальності.

Завдання:

а) надати загальну характеристику компанії (коротка історія становлення, основні види та напрямки діяльності, цілі функціонування та розвитку);

б) участь компанії в соціально відповідальній діяльності (за якими стандартами працює, до яких договорів включена);

в) аналіз структури звітів із корпоративної соціальної відповідальності (як змінювалася структура звітів – розділи, напрямки – за останні 3-4 роки, які основні напрямки КСВ обрала для себе компанія, інтереси яких груп стейкхолдерів підтримує і намагається задовольняти). Для виконання даного завдання самостійно обрати систему критеріїв (якісних ознак звіту) та індикаторів;

г) самостійно сформуєте систему кількісних показників оцінки результативності звітів (в динаміці за 3-4 роки). Наприклад, звіт з КСВ компанії Оболонь містить такий показник, як кількість екскурсантів, що відвідали пивоварню:

– в 2007–2008 рр.: 9500 осіб;

– в 2009–2010 рр.: 9244 осіб;

– в 2010–2011 рр.: 11982 особи.

Іншим кількісним показником (у тому ж звіті) можна відзначити кількість створених нових робочих міст.

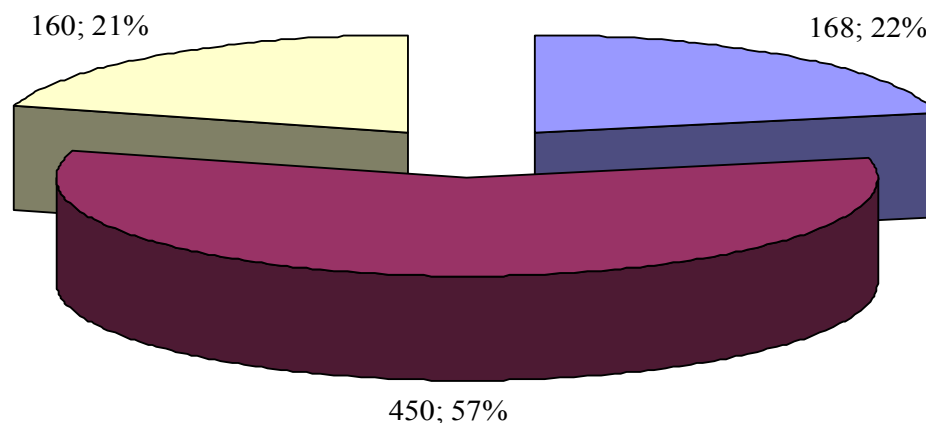
Так, станом на 2009 р. компанія нараховувала загальну кількість працівників – 7000 осіб. Аналіз даних звіту дозволяє стверджувати, що нових створених робочих місць за рік – 778.

д) наведіть основні результати аналізу у табличній формі чи у вигляді рисунків. Так, наприклад, за попередніми даними можна показати структуру створених робочих міст у 2009 р. компанією «Оболонь» (рис. 2.1).

Аналогічні діаграми можна побудувати за інші роки наявних звітів, зробити порівняння і висновки.

е) ознайомтеся з відкритими джерелами інформації та визначте рейтинг (ранкінг) компанії, що аналізується серед інших підприємств, що здійснюють КСВ, зробіть висновки щодо причин певного місця, яке займає компанія;

ж) визначити наявні переваги компанії від здійснення соціально відповідальної діяльності, показати потенційні напрямку удосконалення діяльності компанії у сфері КСВ та очікувані результати від їхнього впровадження.



- Виробничий комплекс в м. Олександрія, Кіровоградської області
- Солодовий завод в смт. Чемерівці, Хмельницької області
- "Пивоварня Зібєрта" в м. Фастів, Київська область

Рисунок 2.1 – Приклад оформлення результатів аналізу звітів з корпоративної соціальної відповідальності найкращих компаній

Важливо: для захисту контрольної роботи студент має мати в роздрукованому вигляді звіти тієї компанії, які аналізуються (до самої контрольної роботи їх додавати не потрібно). При виконання практичних завдань слід формувати таблиці та діаграми порівнянь.

3 КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ ТА КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

Контрольна робота оцінюється «зараховано» чи «не зараховано». Контрольна робота вважається «не зарахованою», якщо її оцінка «незадовільно». Якщо контрольну роботу не зараховано, студент повинен в залежності від зауважень викладача допрацювати її чи написати спочатку. На залік студент повинен з'явитися із зарахованою контрольною роботою та рецензією викладача.

Контрольна робота вважається «зарахованою», якщо на неї отримано позитивну рецензію викладача та її оцінка «відмінно», або «добре», або «задовільно».

Учбовим планом Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова передбачено написання контрольної роботи для студентів заочного відділення напряму підготовки 6.030504 – Економіка підприємства (051 – Економіка) з навчальної дисципліни «Корпоративна соціальна відповідальність».

Робочою програмою навчальної дисципліни визначено, що студент може отримати за найкраще виконання контрольної роботи 20 балів. Ці бали разом із балами, які отримані в процесі проведення інших засобів контролю (тестуванням, письмовим екзаменом, опитуванням) включаються до загальної підсумкової оцінки з дисципліни. Тобто кінцева підсумкова оцінка залежить від оцінки, що буде отримана за виконання контрольної роботи.

Під час перевірки написаних контрольних робіт викладач має оцінити роботу за чотирибальною шкалою (табл. 3.1).

Оцінка «відмінно» виставляється у випадку, якщо правильно (коректно) вирішено практичні завдання, надано всі необхідні пояснення з їх розв'язання. Відповіді на теоретичні питання дано в повному обсязі, продемонстровано знання додаткової літератури та додаткова робота з нею. Дано повні відповіді на додаткові питання. Робота оформлена коректно згідно вимог (без суттєвих недоліків). Захист роботи відбувся на високому рівні, логічно доведено та обґрунтовано отримані результати, відповіді на додаткові питання були повними і вірними.

Оцінка «добре» виставляється у випадку, якщо правильно вирішено практичні завдання, дано повні відповіді на основні теоретичні питання. Робота оформлена коректно згідно вимог (без суттєвих недоліків). Захист роботи відбувся на належному рівні, доведено та обґрунтовано отримані результати, були отримані відповіді на додаткові теоретичні питання.

Оцінка «задовільно» виставляється у випадку, якщо вирішено практичні завдання, по теоретичних питаннях дано основні визначення і викладено основні поняття. Робота оформлена з певною кількістю недоліків, які не

змінюють її принципового змісту. Захист роботи відбувся на рівні, достатньому для відображення базових мінімальних знань.

Таблиця 3.1 – Шкала перерахунку оцінок за виконання і захист контрольної роботи з дисципліни «Корпоративна соціальна відповідальність»

Оцінка за національною шкалою	Визначення назви за шкалою ECTS	ECTS оцінка	% набраних балів	Кількість набраних балів
ВІДМІННО	Відмінно – відмінне виконання лише з незначними помилками	A	понад 90–100	13,5–15
ДОБРЕ	Дуже добре – вище середнього рівня з кількома помилками	B	понад 80–90 включно	12–13,4
	Добре – у загальному правильна робота з певною кількістю грубих помилок	C	понад 70–80 включно	10,5–11,9
ЗАДОВІЛЬНО	Задовільно – непогано, але зі значною кількістю недоліків	D	понад 60–70 включно	9–10,4
	Достатньо – виконання задовольняє мінімальні критерії	E	понад 50–60 включно	7,5–8,9
НЕЗАДОВІЛЬНО	Незадовільно – потрібно попрацювати перед тим, як перездати контрольну роботу	FX*	понад 26–50 включно	3,9–7,4
	Незадовільно – необхідна серйозна подальша робота з повторним вивченням змістового модуля	F**	від 0–25 включно	0–3,8

Оцінка «незадовільно» виставляється у випадку, якщо студент (слухач) не зміг показати свої знання за даним курсом.

На рис. 3.1 наведено процес визначення загальної рейтингової оцінки за виконання та захист контрольної роботи.

За наведеним алгоритмом видно, що підготовка контрольної роботи та її оформлення оцінюються максимальною оцінкою у 60 балів. Якщо представлена на перевірку контрольна робота не отримала в процесі перевірки 60 балів, то вона повертається студенту для опрацювання, доробки або переробки.

Якщо контрольна робота має попередню рейтингову оцінку 60 балів, то вона повертається студенту для підготовки до захисту. Захист контрольної роботи є необхідним елементом процесу оцінювання. При цьому враховується підготовлена доповідь студента за основним змістом роботи, рівень представлення роботи. В процесі захисту студент може отримати максимальну оцінку у 40 балів.

Таким чином, за виконання контрольної роботи (написання, підготовку та оформлення) і за її захист студент може отримати максимальну оцінку у 100 балів.

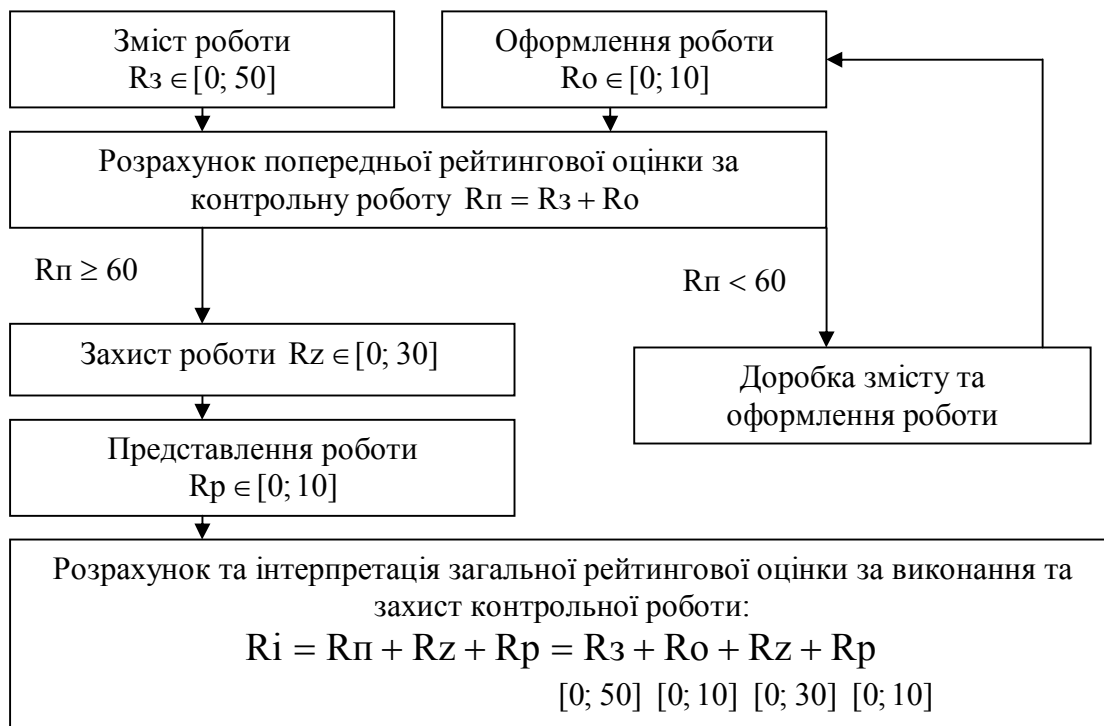


Рисунок 3.1 – Порядок визначення загальної рейтингової оцінки за виконання та захист контрольної роботи

Отже, студент може отримати в процесі виконання та захисту контрольної роботи від 0 до 100 балів, які перераховуються в оцінку за чотирибальною шкалою згідно з таблицею 3.1.

4 ПИТАННЯ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ЗАЛІКУ З ДИСЦИПЛІНИ «КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ»

1. Корпорації як ринковий соціальний інститут. Основні підходи до визначення сутності терміну «корпорація».
2. Поняття «соціально відповідальна корпорація».
3. Основні передумови виникнення концепції стійкого розвитку та її складові.
4. Різновиди та типи відповідальності бізнесу та їх відмінності.
5. Характеристика рівнів КСВ та принципи здійснення.
6. Основні причини та передумови того, що власники корпорацій почали опікуватися соціальними питаннями.
7. Відомі філантропи та благодійники, характеристика їх діяльності.
8. Сутність концепції «корпоративного егоїзму».
9. Сутність концепції «корпоративного альтруїзму».
10. Сутність концепції «розумного егоїзму».
11. Риси основних сучасних концепцій корпоративної соціальної відповідальності.
9. Основний документ ООН – Глобальний договір та принципи соціально відповідальної діяльності корпорацій.
10. Концепція стейкхолдерів та її сутність.
11. Ознаки класифікації стейкхолдерів підприємства.
12. Результати підприємства від організації діалогу зі стейкхолдерами.
13. Види діалогу зі стейкхолдерами.
14. Моделі виявлення та ідентифікації стейкхолдерів.
15. Стратегії підприємства стосовно стейкхолдерів та їх відмінні риси.
16. Світовий досвід реалізації механізму соціальної відповідальності бізнесу.
17. Сутність соціального партнерства та його моделей.
18. Американська модель КСВ та її риси.
19. Континентальна модель КСВ та її риси.
20. Моделі КСВ у найбільших Європейських країнах (Франції, Великобританії, Німеччини тощо).
21. Азійська модель КСВ та її риси.
22. Основні міжнародні стандарти КСВ.
23. Сутність, зміст та вимоги міжнародного стандарту ISO 26000.
24. Сутність, зміст та вимоги міжнародного стандарту GRI.
25. Основні методики оцінки якості корпоративного управління підприємства та визначте їх відмінності.
26. Методика складання рейтингу відкритості та системності компаній в сфері КСВ, що використовується журналом «ГВардія».
27. Процес інтегрованої оцінки рівня відкритості та активності компаній в сфері КСВ.

28. Фактори (заходи, дії та чинники), що впливають на зміну позиції компанії у загальному рейтингу соціально відповідальних компаній.

29. Методика розрахунку Індексу прозорості та підзвітності компаній в Україні зі сталого розвитку.

30. Відмінності рейтингу та ренкінгу як методів оцінки, їх переваги та недоліки.

31. Проблеми розвитку КСВ в Україні.

32. Особливості розвитку КСВ в Україні.

33. Основні стимули для здійснення КСВ у українських компаній.

34. Сутнісна характеристика соціальних програм підприємства.

35. Ознаки класифікації соціальних програм.

36. Зовнішні та внутрішні соціальні програми підприємства.

37. Основні форми реалізації внутрішніх соціальних програм і елементи їх реалізації.

38. Основні форми реалізації зовнішніх соціальних програм і елементи їх реалізації.

39. Сутність грантів, їх види, форми та моделі управління грантовими програмами.

40. Основні форми реалізації волонтерства.

41. Пояснить розбіжності волонтерства та еквівалентного фінансування.

42. Інструменти реалізації соціальних програм та їх зв'язок з основною діяльністю компаній.

43. Соціальна політика підприємства, її цілі та завдання.

44. Етапи розробки та реалізації соціальної програми підприємства і їх характеристики.

45. Сутність «соціального звіту» компанії та його риси.

46. Принципи створення нефінансового звіту підприємства.

47. Характеристика основних стандартів складання соціальних звітів підприємств.

48. Основні рекомендовані розділи соціального звіту підприємства та їх змістовна характеристика.

49. Вигоди та ризики компанії від ведення та надання соціальної звітності.

50. Сутність «соціального інвестування», його форми.

51. Типи корпоративних соціальних інвестицій і їх зв'язок з корпоративною стратегією підприємства.

52. Ознаки класифікації соціальних інвестицій та їх види.

53. Стратегії соціального інвестування.

54. Показники оцінки ефективності соціального інвестування.

55. Індекси та індикатори КСВ.

54. Економічні результати КСВ.

55. Процес оцінки КСВ за напрямками.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

Базові

1. Ковалевська А. В. Корпоративна соціальна відповідальність : навч. посібник / А. В. Ковалевська, Н. Л. Кусик – Харків : СІМ, 2014. – 528 с.
2. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика : підручник / М. А. Саприкіна, О. М. Ляшенко, М. А. Саєнсус та ін. ; за наук. ред. д.е.н., проф., засл. діяча науки і техніки України О. С. Редькіна – Київ : ТОВ «Фарбований лист», 2011. – 480 с.
3. Гоголя О. П. Соціальна відповідальність бізнесу [Текст] / О. П. Гоголя, І. П. Кудінова. – Київ : Вид-во Національного університету біоресурсів і природокористування України, 2008. – 79 с.
4. Посібник із КСВ. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності [Текст] / кол. автор.: Лазоренко О., Колишко Р., та ін. – Київ : Вид-во «Енергія», 2008. – 96 с.
5. Зарецкий, А. Д. Корпоративная социальная ответственность: мировая и отечественная практика [Текст] : учеб. пособ. / А. Д. Зарецкий, Т. Е. Иванова. – Краснодар : Изд-во КСЭИ, 2012. – 231 с.
6. Благов, Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции [Текст] : монографія / Ю.Е. Благов; Высшая школа менеджмента СПбГУ. – СПб. : Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2010. – 272 с.

Допоміжні

1. Корпоративная социальная ответственность: общественные ожидания. Потребители, менеджеры, лидеры общественного мнения и эксперты оценивают социальную роль бизнеса в России [Текст] / под ред. : С. Е. Литовченко, М. И. Корсакова. – М. : Ассоциация менеджеров, 2003. – 100 с.
2. Кричевский Н. А. Корпоративная социальная ответственность [Текст] / Н. А. Кричевский, С. Ф. Гончаров. – М., 2006. – 195 с.
3. Саєнко Ю. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження [Текст] / Ю. Саєнко. – Київ, 2005. – 30 с.
4. Управлінські аспекти соціальної роботи [Текст]: курс лекцій / М. Ф. Головатий (кер. авт. кол.), М. П. Лукашевич, Г. А. Дмитренко та ін. – Київ : МАУП, 2004. – 368 с.
5. Социальная ответственность бизнеса: актуальная повестка [Текст] / под ред.: С. Е. Литовченко, М. И. Корсакова. — М.: Ассоциация менеджеров, 2003. – 108 с.
6. Кусік Н. Л. Ефективність соціально відповідальної діяльності: взаємозв'язок з інвестиційним кліматом та привабливістю [Текст] / Н. Л. Кусик, А. В. Ковалевська // Формування сучасних механізмів розвитку інноваційної сфери економіки : монографія. – Сімферополь : ДІАЙП, 2013. – С. 280–300.
7. Кусік Н. Л. Критичний аналіз методів оцінки ефективності соціально відповідальної діяльності підприємства [Текст] / Н. Л. Кусік, А. В. Ковалевська // Вчені записки Університету «Крок» / Ун-т економіки та права «Крок». – Вип.

1 (1997). – Вип. 32. – Т.1. – Київ, 2012. – С. 17–25.

8. Кусік, Н. Л. Методичний підхід до проведення оцінки ефективності соціально відповідальної діяльності підприємства [Текст] / Н. Л. Кусік, А. В. Ковалевська // Проблеми економіки. – Харків : ІнЖек, № 3, 2012. – С. 137–141.

9. Левицька, Є. Г. Методичний підхід до розробки програми соціально відповідального управління підприємства сфери послуг [Текст] / Є. Г. Левицька // Сталий розвиток економіки: всеукраїнський науково-виробничий журнал. – № 2, 2012. – С. 212–216.

Інформаційні ресурси

1. Цифровий репозиторій ХНАМГ [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://eprints.kname.edu.ua>

2. Євдокимов, Ф. І. Соціальний потенціал як функція інноваційної моделі економічного розвитку підприємства [Електронний ресурс] / Ф. І. Євдокимов, М. В. Губська // Маркетинг: теорія і практика. – № 14, 2008. Режим доступу: http://www.nbuuv.gov.ua/Portal/Soc_Gum/Mtip/2008_14.

3. Ивченко, С. В. Оценка влияния корпоративных социальных и благотворительных программ на показатели основной деятельности компании: обзор зарубежного опыта [Электронный ресурс] / С. В. Ивченко // Благотворительность в России: исторические и социально-экономические исследования. – № 2, 2003. Режим доступу: www.urbaneeconomics.ru/publications.

4. Шмиголь, Н. М. КСВ - дохід: визначення, оцінка, ефективність [Електронний ресурс] / Н. М. Шмиголь // Режим доступу: http://www.nbuuv.gov.ua/portal/soc_gum/Nvbdfa/2010_1/articles/1_Shmygol.pdf.

5. Украинское Рейтинговое Агентство (УРА) в рамках проекта Всеукраинской рейтинговой программы «Гвардия» (издатель ООО «Газета Галицкие контракты» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://archive.kontrakty.ua>

6. Руководство по отчетности в области устойчивого развития [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.globalreporting.org/ReportingFramework/LanguageSpecific/Russian>

7. Глобальный договор ООН (Global Compact) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.unglobalcompact.org>

8. Социальная отчетность [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.csrjournal.com>

9. Публичные отчеты по КСО в мировых базах [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.corporateregister.com

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

Методичні вказівки
до організації самостійної роботи студентів
та завдання до виконання контрольної роботи
з дисципліни

«КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ»

*(для студентів заочної форми навчання
освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавр,
напрямку підготовки 6.030504 – Економіка підприємства
(051 – Економіка))*

Укладач **КОВАЛЕВСЬКА** Алла Володимирівна

Відповідальний за випуск *А. Є. Ачкасов*

За авторською редакцією

Комп'ютерне верстання *А. В. Ковалевська*

План 2017, поз. 505М

Підп. до друку 16.03.2017

Формат 60х84/16

Друк на ризографі

Ум. друк. арк. 2,4

Зам. №

Тираж 100 пр.

Видавець і виготовлювач:

Харківська національний університет
міського господарства імені О.М. Бекетова
вул. Революції, 12, Харків, 61002

Електронна адреса: rectorat@kname.edu.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:

ДК № 4705 від 28.03.2014 р.